

**PENGARUH PROGRAM *WEEKEND LIST* DI NET.  
TERHADAP ANGGOTA KOMUNITAS SANGGAR  
*SENAM DAMAI LINE DANCE* DALAM  
MENGHABISKAN WAKTU LUANG**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**



**OLEH  
ANASTASIA ROSI WIJAYANTI CAHYA GUMILAR  
NIM. 14148132**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA  
SURAKARTA**

**2019**

**PENGARUH PROGRAM *WEEKEND LIST* DI NET.  
TERHADAP ANGGOTA KOMUNITAS SANGGAR  
SENAM DAMAI LINE DANCE DALAM  
MENGHABISKAN WAKTU LUANG**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S-1  
Program Studi Televisi dan Film  
Jurusan Seni Media Rekam



**OLEH**

**ANASTASIA ROSI WIJAYANTI CAHYA GUMILAR**

**NIM. 14148132**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA**

**2019**

**PENGESAHAN**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**PENGARUH PROGRAM *WEEKEND LIST* DI NET.  
TERHADAP ANGGOTA KOMUNITAS SANGGAR SENAM *DAMAI LINE*  
*DANCE* DALAM MENGHABISKAN WAKTU LUANG**

Oleh  
ANASTASIA ROSI WIJAYANTI CAHYA GUMILAR  
NIM. 14148132

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji  
pada tanggal 02 Oktober 2019

Tim Penguji

Ketua Penguji : Nur Rahmat Ardi Candra D.A., S.Sn., M.Sn.

Penguji Bidang : Sapto Hudoyo, S.Sn., M.A

Pembimbing : Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A



Skripsi ini telah diterima sebagai  
Salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)  
pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, .....  
Institut Seni Indonesia Surakarta  
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

**Joko Budiwiyanto, S.Sn., M.A**

NIP. 197207082003121001

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anastasia Rosi Wijayanti Cahya Gumilar

NIM : 14148132

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Skripsi berjudul:

“Pengaruh Program *Weekend List* Di NET. terhadap Anggota Komunitas Sanggar Senam *Damai Line Dance* dalam Menghabiskan Waktu Luang.”

Adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara online dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk kepentingan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 03 Oktober 2019

Yang menyatakan

Anastasia Rosi Wijayanti Cahya Gumilar

NIM. 1414812

**Skripsi ini saya persembahkan untuk :**

Orang tua saya, Adrianus Ardian dan Sri  
Suskandari serta adik-adikku Nina dan Vera yang  
telah memberikan semangat dan motivasi di setiap  
langkahku. Terima kasih atas dukungan yang kalian  
berikan dalam proses penyusunan skripsi ini.

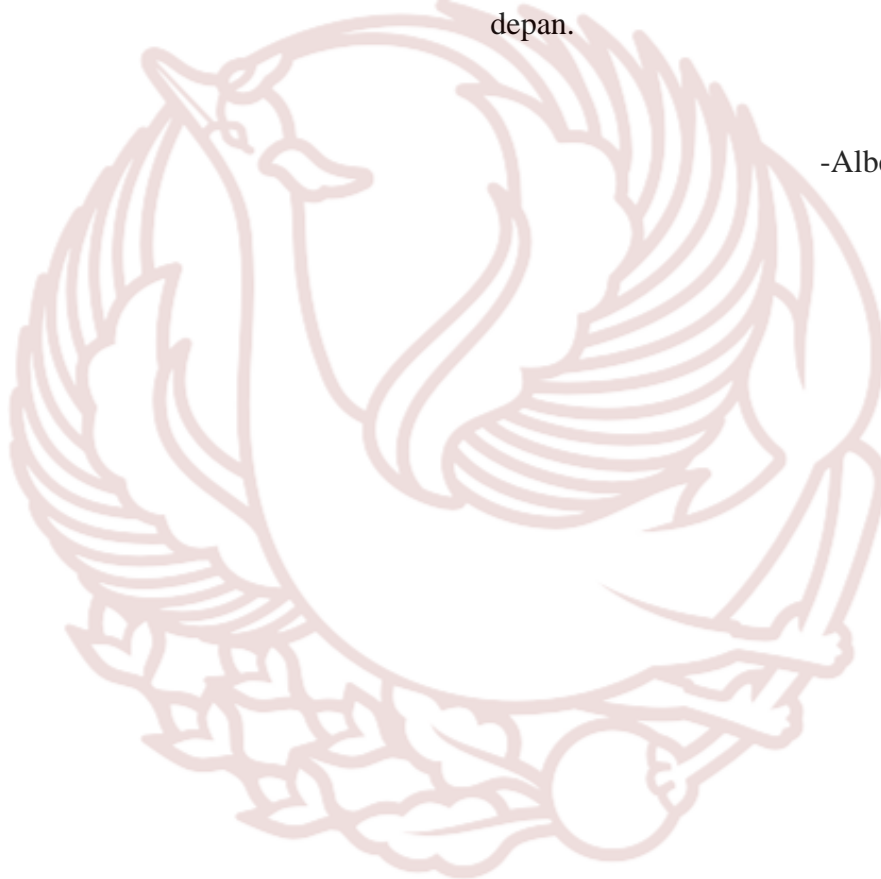


## **MOTTO**

“Jangan tunda sampai besok apa yang bisa engkau kerjakan hari ini”

“ Belajarlah dari masa lalu, hidup untuk masa kini, dan berharap untuk masa depan.

-Albert Einstein-



## **ABSTRAK**

**PENGARUH PROGRAM *WEEKEND LIST* DI NET. TERHADAP ANGGOTA KOMUNITAS SANGGAR SENAM *DAMAI LINE DANCE* DALAM MENGHABISKAN WAKTU LUANG. (ANASTASIA ROSI, 2019)**  
**Skripsi S-1 Prodi Televisi dan Film, Jurusan Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.**

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya program acara *Weekend List* yang mempengaruhi gaya hidup anggota komunitas sanggar senam *Damai Line Dance*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Budaya konsumen. Metode penelitiannya adalah deskriptif kualitatif, pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan *Focused Group Discussion (FGD)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa acara *Weekend List* berpengaruh terhadap anggota komunitas *Damai Line Dance*, hal ini terlihat dari gaya hidup yang semula tidak pernah berencana untuk travelling menjadi rutin untuk travelling bersama dengan referensi yang mereka dapat dari tayangan *Weekend List*. Data utama dihasilkan dari ucapan informan dan data sekunder dari video tayangan program. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya faktor-faktor yang mempengaruhi audiens yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Audiens menyatakan penampilan *host* yang *stylist* dan mampu menyampaikan pesan dengan baik sehingga dapat diterima oleh audiens. Audiens juga menyatakan tempat wisata dan tempat makan yang dikunjungi sangat menarik, *instagramable* dan populer.

**Kata Kunci :** Budaya Komsumen, FGD, Program *Weekend List*, *Damai Line Dance*.

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala kasih, karunia dan perlindungan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini tidaklah berlebihan apabila penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A, selaku pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah berbaik hati memberikan waktu, arahan, bimbingan, koreksi, dan membantu sampai proses skripsi ini selesai.
2. Sapto Hudoyo, S.Sn., M.A, Nur Rahmat Ardi Candra Dwi A., S.Sn, M.Sn, selaku dosen penguji Tugas Akhir yang telah memberikan koreksi, saran, kritikan sehingga penulis dapat memperbaiki penelitian ini menjadi lebih baik.



3. Staf Perpustakaan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta, terima kasih atas bantuan menyediakan buku-buku yang banyak membantu dalam pengerjaan penelitian ini.
4. Komunitas Sanggar Senam *Damai Line Dance*, Kabupaten Karanganyar yang bersedia menjadi informan kegiatan FGD.
5. Kedua orang tua yang senantiasa mendampingi dengan limpahan doa, harapan, dan kepercayaan yang besar.
6. Ristania Intan, Mas Fery dan Gregorius Bagas yang sudah banyak penulis repotkan.
7. Teman-teman mahasiswa Prodi Televisi dan Film 2014 yang senantiasa memberikan dukungan dan saling menyemangati satu sama lain dalam pengerjaan tugas akhir.
8. Semua Pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, Agustus 2019

Anastasia Rosi Wijayanti Cahya Gumilar

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
1. Teoritis.....	4
2. Praktik.....	4
E. Tinjauan Pustaka.....	4
F. Kerangka Konseptual.....	6
1. Televisi.....	6
2. Audien.....	7
3. Budaya Konsumen.....	8
4. Kelas Sosial.....	10
5. Gaya Hidup.....	12
G. Metode Penelitian.....	17
1. Jenis Penelitian.....	17
2. Objek Penelitian.....	18
3. Sumber Data.....	18
4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
5. Analisis Data.....	22
H. Sistematika Penulisan.....	25

### **BAB II DESKRIPSI OBJEK KAJIAN**

A. Profil Komunitas Sanggar Senam <i>Damai Line Dance</i> .....	26
B. Visi dan Misi Komunitas Sanggar Senam <i>Damai Line Dance</i> .....	27
C. Anggota Sanggar <i>Damai Line Dance</i> .....	29
D. Sejarah Program <i>Travelling</i> .....	32

E. Pembagian Segmen.....	54
F. Sejarah aplikasi Travell.....	56

### **BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

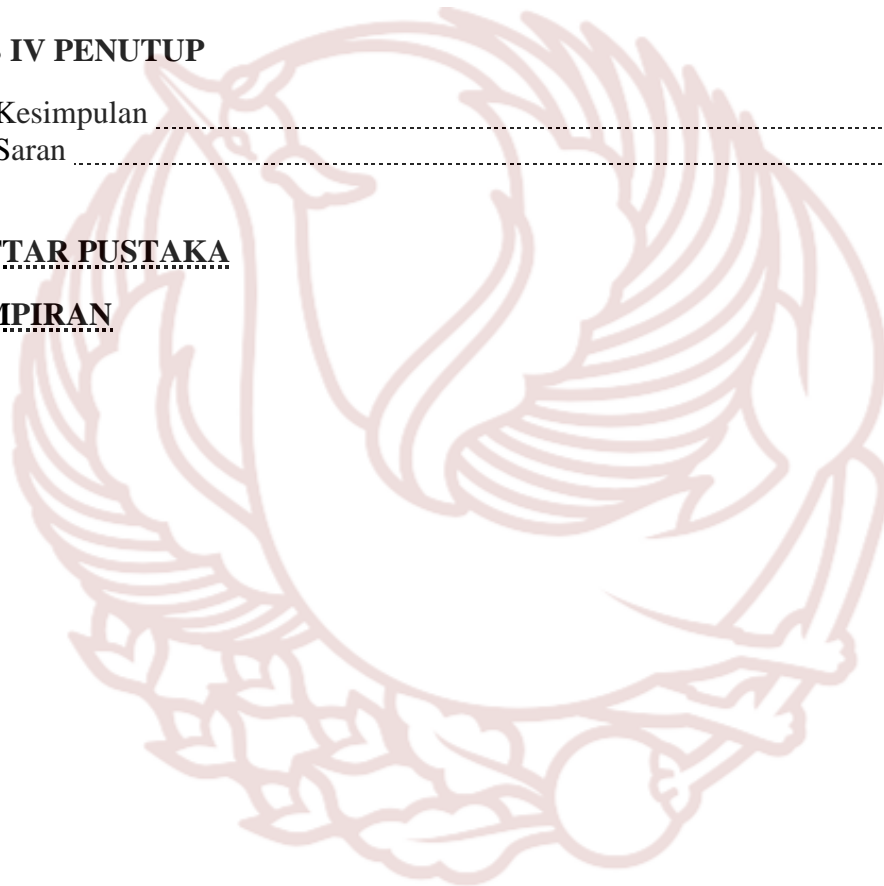
A. Pelaksanaan <i>Focused Group Discussion</i> (FGD).....	67
B. Hasil Analisis.....	73

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Skema Penelitian.....	15
Gambar 2. Bagan Analisis Data Menurut Miles dan Huberman.....	24
Gambar 3. Logo Sanggar Senam <i>Damai Line Dance</i> .....	27
Gambar 4. Logo Program Acara <i>Jelajah</i> .....	37
Gambar 5. Logo Program Acara <i>My Trip My Adventure</i> .....	38
Gambar 6. Logo Program Acara <i>Ethnic Runaway</i> .....	39
Gambar 7. Logo Program Acara <i>Celebrity On Vocation</i> .....	39
Gambar 8. Logo Program Acara <i>Koper dan Ransel</i> .....	40
Gambar 9. Logo Program Acara <i>Jejak Petualang</i> .....	41
Gambar 10. Logo Program Acara <i>Si Bolang</i> .....	42
Gambar 11. Logo Program Acara <i>Mancing Mania</i> .....	42
Gambar 12. Logo Program Acara <i>Wara-Wiri</i> .....	43
Gambar 13. Logo Program Acara <i>Hijab Travelling</i> .....	44
Gambar 14. Logo Program Acara <i>Hello Paradise</i> .....	45
Gambar 15. Logo Program Acara <i>Jejak Si Gundul</i> .....	45
Gambar 16. Logo program Acara <i>Ragam Indonesia</i> .....	46
Gambar 17. Logo Program Acara <i>Detektif Rasa</i> .....	47
Gambar 18. Logo Program Acara <i>Jalan-Jalan Men</i> .....	48
Gambar 19. Logo Program Acara <i>100 Hari Kelilling Indonesia</i> .....	49
Gambar 20. Logo Program Acara <i>Weekend Yuk</i> .....	50
Gambar 21. Logo Program Acara <i>Exsplore Indonesia</i> .....	50
Gambar 22. Logo Program Acara <i>Wonderfull Indonesia</i> .....	51
Gambar 23. Logo Program Acara <i>Alenia's Journey</i> .....	52

Gambar 24. Logo Program Acara <i>Indonesia Bagus</i> .....	53
Gambar 25. Logo Program Acara <i>Weekend List</i> .....	53
Gambar 26. Logo Aplikasi <i>Traveloka</i> .....	57
Gambar 27. Logo Aplikasi <i>Packpoint</i> .....	58
Gambar 28. Logo Aplikasi <i>Tiket.com</i> .....	59
Gambar 29. Logo Aplikasi <i>App In The Air</i> .....	60
Gambar 30. Logo Aplikasi <i>AirBnB</i> .....	60
Gambar 31. Logo Aplikasi <i>TripAdvisor</i> .....	61
Gambar 32. Logo Aplikasi <i>Gojek</i> .....	62
Gambar 33. Logo Aplikasi <i>Pegi-Pegi</i> .....	62
Gambar 34. Logo Aplikasi <i>Agoda</i> .....	63
Gambar 35. Logo Aplikasi <i>Trivago</i> .....	64
Gambar 36. Logo Aplikasi <i>Airy Rooms</i> .....	65
Gambar 37. Logo Aplikasi <i>RedDoorz</i> .....	65
Gambar 38. Logo Aplikasi <i>Trip.com</i> .....	66
Gambar 39. Foto Peneliti Saat Memberikan Sambutan .....	71
Gambar 40. Foto Pelaksanaan FGD .....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Informan Peserta FGD .....	29
Table 2. Daftar Program Acara <i>Travelling</i> .....	33
Tabel 3. Aplikasi Travell.....	57



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Televisi merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada penonton. Informasi yang diterima penonton berupa audio maupun visual. Kemunculan televisi sebagai media penyampaian pesan mengakibatkan penonton tidak bisa terlepas dari televisi. Melalui televisi dapat memberikan informasi, pendidikan dan hiburan bagi masyarakat.

Berdasarkan jangkauannya, siaran stasiun televisi dibagi menjadi tiga yaitu stasiun penyiaran lokal, stasiun penyiaran nasional dan stasiun jaringan.<sup>1</sup> Perkembangan televisi, menjadikan berbagai stasiun televisi berlomba-lomba memproduksi program acara yang menyuguhkan akan informasi dan hiburan, yang disesuaikan dengan target penontonya diantaranya usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, tingkat penghasilan dan gaya hidup. Penonton sebagai target sasaran oleh stasiun televisi dalam menghabiskan waktu luang seperti halnya tayangan pada program acara televisi yang dapat membuat audiens tertarik untuk mengikuti tren pada tayangan tersebut.

NET. merupakan stasiun televisi swasta yang memproduksi program acara sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini. Salah satunya Program acara

---

<sup>1</sup> Morrisan. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.2008. Hlm: 112



*Weekend List* (WL) yang membahas mengenai referensi tempat-tempat unik dan menarik untuk dikunjungi, lengkap dengan biaya yang dikeluarkan untuk masuk dalam sebuah lokasi wisata, menikmati wahana yang ada bahkan sampai pada harga-harga makanan yang disediakan pada segmen kuliner. Hal yang dianggap unik dan menjadi ciri khas program acara *Weekend List* (WL) adalah cara menyajikan program acara tersebut. Objek atau tempat yang diliput diolah dengan sangat baik dari segi pengambilan gambar dan pemilihan *background* atau lagu yang mengiringi tayangan ini, disajikan secara mendetail sehingga masyarakat yang menonton mendapat informasi yang cukup dan menarik. Program acara WL tayang setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 10:00 WIB. Acara ini dibawakan oleh Shinta Rosari dan Marsya Manopo.

Tujuan dari konsep acara *Weekend List* (WL) adalah dapat mengeksplor berbagai macam tempat wisata. Dengan tujuan untuk mempermudah penonton supaya tidak bingung harus pergi ke mana pada saat berakhir pekan maupun waktu luang. Salah satu penikmat acara WL adalah Komunitas Sanggar Senam *Damai Line Dance* atau bisa disingkat dengan Komunitas Sanggar Senam *DLD*.

Komunitas Sanggar Senam *DLD* merupakan sanggar senam yang berdiri sejak 21 Juli 1999. Jadwal kegiatan sanggar senam ini setiap *weekday* pukul 15:00 WIB dan *Weekend* pukul 06:00 WIB. Program acara WL memiliki sosial media instagram yang mencapai *followers* sebanyak 56,9K dan didominasi oleh kaum wanita.<sup>2</sup> Beberapa anggota Sanggar Senam *DLD* menjadi *followers* instagram WL tersebut.

---

<sup>2</sup> Instagram, diakses pada 18 Maret 2018



Oleh karena itu program acara *WL* memberikan pengaruh terhadap komunitas Sanggar Senam *DLD* dalam menghabiskan waktu luang setelah melakukan kegiatan rutinnya yaitu senam. Program acara yang bersinggungan dengan gaya hidup sehari-hari tersebut dapat menarik audiens seperti anggota sanggar senam *DLD* yang didominasi oleh kaum wanita. Gaya hidup yang dulunya jarang untuk *bertravelling* bersama menjadi sering melakukan *travelling* bersama.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, hal yang menarik untuk diteliti yaitu mengenai gaya hidup anggota komunitas Sanggar Senam *DLD* dalam menghabiskan waktu luang yang dipengaruhi oleh program acara *Weekend List*.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas rumusan masalahnya adalah bagaimana gaya hidup anggota komunitas Sanggar Senam *Damai Line Dance* dalam menghabiskan waktu luang yang dipengaruhi oleh program acara *Weekend List* (WL).

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh program acara *Weekend List* di NET. terhadap gaya hidup komunitas Sanggar Senam *Damai Line Dance* dalam menghabiskan waktu luang.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberi masukan bagi penelitian di bidang televisi dan film mengenai pengaruh media dari program acara yang ditayangkan di televisi terhadap kehidupan masyarakat. Serta dapat dipakai acuan bagi penelitian-penelitian sejenis bagi rekan mahasiswa di masa mendatang.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk stasiun televisi khususnya NET. bisa memberikan program-program yang bermanfaat dan mengenakan potensi daerah-daerah untuk dikunjungi.

## **E. TINJAUAN PUSTAKA**

Penelitian ini mengacu pada beberapa literatur penelitian terdahulu. Adapun literatur yang digunakan sebagai pedoman dalam penulisan diantaranya sebagai berikut:

Skripsi karya Nidiyah Pratiwi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Lampung tahun 2017 yang berjudul *“Pengaruh Menonton Program Acara The Project Home & Decor Di Trans TV Terhadap Tingkat Kepuasan Penonton Wanita Di Lingkungan 1 Kelurahan Pengajaran Teluk Betung Utara Bandar Lampung”*. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pengaruh penonton

program acara terhadap kepuasan penonton wanita. Persamaan dalam penelitian ini yaitu membahas mengenai pengaruh program acara terhadap audiens penonton wanita. Perbedaan dari penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menggunakan teori *uses and gratification* sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan teori budaya konsumsi. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya yaitu lingkungan 1 kelurahan pengajaran Teluk Betung Utara Bandar Lampung dan Sanggar Senam *Damai Line Dance*.

Skripsi karya Bintang Nur Alend Harahap, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom tahun 2016 yang berjudul "*Pengaruh Menonton Program Acara Sarah Sechan di NET. Terhadap Gaya Hidup*". Penelitian ini mendeskripsikan pengaruh menonton program acara televisi terhadap gaya hidup. Persamaan dari penelitian ini yaitu pengaruh penonton program acara yang ditayangkan stasiun NET. mengenai gaya hidup. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada objek kajiannya yaitu program acara *Sarah Sechan* dan program acara *Weekend List*.

Skripsi karya Mikhael Bagus Wirawan mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Surakarta tahun 2015 yang berjudul "*Penerimaan Mahasiswa Program Studi Televisi dan Film FSRD ISI Surakarta sebagai penikmat film terhadap unsure daya tarik star system pada film "Comic 8"*". Penelitian ini berisi tentang bagaimana penerimaan mahasiswa terhadap unsur-unsur yang menjadi daya tarik pada film "Comic 8". Metode yang diambil dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan metode *Focused Group Discussion* (FGD).

Perbedaan dari penelitian ini yaitu jika penelitian Mikhael Bagus Wirawan membahas tentang daya tarik pada film “Comic 8” maka penelitian ini membahas tentang pengaruh program *Weekend List* terhadap gaya hidup.

Berdasarkan pemaparan tinjauan pustaka tersebut, peneliti menggunakan beberapa skripsi terdahulu sebagai referensi pendukung dalam penelitian mengenai *Pengaruh Program Weekend List Di NET. Terhadap komunitas Sanggar Senam Damai Line Dance Dalam Menghabiskan Waktu Luang*. Oleh karena itu penelitian yang dilakukan bersifat orisinal dan belum ada yang meneliti sebelumnya.

## **F. KERANGKA KONSEPTUAL**

### **1. Televisi**

Televisi adalah media massa yang sering dituding memberikan efek paling besar bagi audiennya.<sup>3</sup> Televisi sama halnya dengan media massa lainnya yang mudah kita jumpai, seperti media massa surat kabar, radio, atau komputer. Televisi sebagai sarana penghubung yang dapat memancarkan rekaman dari stasiun pemancar televisi kepada para penonton atau pemirsanya di rumah, tayangan tersebut dapat berupa pendidikan, berita, hiburan, dan lain-lain. Televisi akan lebih cepat diterima bagi para penontonnya dibandingkan dengan media masa cetak. Oleh karena itu terkadang penonton banyak yang begitu saja menerima pesan tersebut tanpa memfilternya terlebih dahulu. Sehingga timbullah

---

<sup>3</sup> Morissan. 2008. Hlm.26

perubahan yang disadari atau tidak oleh diri mereka namun dapat disadari oleh orang disekitarnya. Adapun perubahan tersebut dapat berdampak positif maupun negatif tergantung bagaimana seseorang tersebut dalam menerima pesan yang disampaikan.

## 2. Audiens

Audiens adalah faktor yang paling penting bagi media televisi karena keberhasilan suatu media ditentukan oleh seberapa besar media tersebut memperoleh penonton.<sup>4</sup> Audiens televisi dapat digolongkan berdasarkan beberapa hal yang disebut dengan segmentasi audiens. Menurut Morissan segmentasi audiens dapat digolongkan menjadi 4 yaitu, segmentasi berdasarkan demografi yaitu pengelompokan audiens berdasarkan karakteristik demografinya berupa usia, jenis kelamin, pendidikan, dan status sosial. Kedua, segmentasi geografis yaitu pengelompokan audiens berdasarkan letak peta geografinya atau wilayah tempat tinggal. Ketiga adalah segmentasi geodemografi yang menggabungkan pengelompokan audiens berdasarkan wilayah dan karakteristik demografinya. Keempat, segmentasi psikografis yang menggolongkan audiens berdasarkan gaya hidup dan kepribadian manusia.<sup>5</sup>

Audiens sarannya luas, heterogen dan anonim. Disebut luas karena jumlahnya banyak dan tersebar, tidak dibatasi oleh jarak dan geografisnya. Disebut heterogen karena audiens komunikasi massa sangat beragam, terdiri atas berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, baik dari segi pendidikan, jenis

---

<sup>4</sup> Morissan. 2008. Hlm. 264

<sup>5</sup> Morissan. 2013. Hlm. 180

kelamin, agama, status sosial, dan sebagainya. Sedangkan Anonim, artinya masing-masing audiens tidak mengenal satu dengan yang lainnya walaupun pada saat bersamaan mereka menerima pesan-pesan yang sama. Pada komunikasi interpersonal. Komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya seperti nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya. Selain itu, audiens dalam komunikasi massa sifatnya berubah-ubah. Apa yang menarik perhatian pada suatu saat mungkin tidak akan menarik lagi di saat yang lain. Perhatian Audiens juga berbeda-beda tingkat intensitasnya.<sup>6</sup> Setiap tayangan program memerlukan adanya audiens sebagai indikasi bahwa program tersebut memiliki minat yang tinggi di masyarakat. Dalam hal ini audiens memiliki kendali penuh atas *remote control*, sehingga aliran pemirsa bisa berubah secara aktif. Audiens dapat dengan mudah memindahkan *channel* televisi ketika merasa bosan atau tidak menyukai tayangan program di salah satu channel televisi.

### 3. Budaya Konsumen

Menurut Mike Featherstone dalam budaya konsumen terdapat tiga macam perspektif, yaitu pandangan bahwa konsumen dipremiskan dengan ekspansi produk komoditas kapitalis yang memunculkan akumulasi besar-besaran budaya dalam bentuk barang-barang konsumen, tempat-tempat belanja dan konsumsi, yang kedua pandangan bahwa masyarakat mempunyai cara-cara yang berbeda dalam menggunakan benda-benda untuk menciptakan ikatan-ikatan atau

---

<sup>6</sup> Nawiroh Vera. Komunikasi massa. Bogor: Ghalia Indonesia. 2016. Hlm. 11.



perbedaan masyarakat, dan yang terakhir adanya masalah kesenangan emosional untuk konsumsi, mimpi-mimpi dan keinginan yang ditampilkan dalam bentuk budaya konsumsi dan tempat-tempat konsumsi tertentu yang secara beragam memunculkan kesenangan estetis.<sup>7</sup>

Penulis mengambil perspektif yang ketiga yaitu adanya masalah kesenangan emosional untuk konsumsi, mimpi-mimpi dan keinginan bahwa anggota komunitas *DLD* setelah melihat program acara *WL* mereka jadi mempunyai keinginan untuk *bertravelling*. Dalam pandangannya produk konsumsi, merupakan simbol status dan kelas sosial seseorang. Dalam penelitian ini anggota komunitas sanggar senam *DLD* mengeksplorasi tempat-tempat yang unik dan menarik untuk di unggah di media sosial mereka. Konsumsi dibentuk oleh *hyde*, simbol, selera, preferensi, gaya hidup, dan standar nilai ditentukan oleh kelas yang lebih superior. Kelas atas bukan hanya unggul secara ekonomi politik, namun juga budaya dengan menentukan dan melakukan hegemoni dalam pola-pola konsumsi.

Budaya konsumen juga dapat diartikan sebagai budaya-budaya yang dilakukan oleh seorang konsumen. Budaya konsumen menggunakan *image*, tanda-tanda, dan benda-benda, simbolik yang mengumpulkan mimpi-mimpi, keinginan, dan fantasi yang menegaskan keautentikan romantik dan pemenuhan emosional dalam hal menyenangkan diri sendiri bukan orang lain, secara narsistik. Budaya konsumen merupakan istilah yang menyangkut tidak hanya perilaku konsumsi, tetapi adanya suatu proses reorganisasi bentuk dan isi produksi

---

<sup>7</sup> Mike Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage Publications, 2011. Hlm.42

simbolik didalamnya. Perilaku di sini bukan sebatas perilaku konsumen dalam artian pasif. Namun, merupakan bentuk konsumsi produktif, menemukan kepribadian melalui perubahan diri dan gaya hidup.

#### 4. Kelas Sosial

Menurut Jeffries kelas sosial merupakan “*social and economic groups constituted by a coalesence of economic. Occupationnal, and educational bonds*”. Maksudnya adalah bahwa konsep kelas melibatkan perpaduan antara ikatan-ikatan. Yang diantaranya adalah ekonomi, pekerjaan dan pendidikan. Yang mana ketiga dimensi tersebut saling berkaitan. Menurut Jeffries pendidikan dan pekerjaan juga merupakan aspek penting dari kelas sosial, karena pendidikan sering menjadi prasyarat untuk seseorang mendapatkan pekerjaan yang layak.<sup>8</sup> Faktor yang menyebabkan seseorang tergolong ke dalam suatu kelas sosial tertentu disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu :

##### a. Kekayaan dan Penghasilan

Uang diperlukan pada kedudukan kelas sosial atas. Untuk dapat memahami peran uang dalam menentukan kelas sosial, kita harus menyadari bahwa pada dasarnya kelas sosial merupakan suatu cara hidup. Diperlukan banyak sekali uang untuk dapat hidup menurut cara hidup orang berkelas sosial atas. Mereka cenderung memiliki gaya hidup untuk *hangout* di tempat *hitz* masa kini. Namun tidak hanya berdasarkan materi akan tetapi cara bersikap juga menentukan

---

<sup>8</sup> Kamanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 1993. Hlm. 115



kelas sosial mereka. Jadi, uang memang merupakan determinan kelas sosial yang penting, hal tersebut sebagian disebabkan oleh perannya dalam memberikan gambaran tentang latar belakang keluarga dan cara hidup seseorang.

#### **b. Pekerjaan**

Pekerjaan merupakan aspek kelas sosial yang penting, karena begitu banyak segi kehidupan lainnya yang berkaitan dengan pekerjaan. Jika dapat mengetahui jenis pekerjaan seseorang, maka bisa menduga tinggi rendahnya pendidikan, standar hidup, teman bergaul, jam bekerja, dan kebiasaan sehari-harinya. Setiap jenis pekerjaan merupakan bagian dari cara hidup yang sangat berbeda dengan jenis pekerjaan lainnya. Keseluruhan cara hidup seseoranglah yang pada akhirnya menentukan pada kelas sosial mana orang itu digolongkan. Pekerjaan merupakan salah satu indikator terbaik untuk mengetahui cara hidup seseorang. Oleh karena itu juga pekerjaan merupakan salah satu indikator terbaik untuk mengetahui kelas sosial seseorang.

#### **c. Pendidikan**

Pendidikan merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap lahirnya kelas sosial dimasyarakat, hal ini disebabkan karena apabila seseorang mendapatkan pendidikan yang tinggi maka memerlukan biaya dan motivasi yang besar, kemudian jenis dan tinggi-rendahnya pendidikan juga mempengaruhi jenjang kelas sosial. Pendidikan bukan hanya sekedar memberikan ketrampilan kerja, tetapi juga melahirkan perubahan mental, selera minat, cara berbicara

hingga perubahan dalam keseluruhan cara hidup seseorang.<sup>9</sup> Menurut penulis, dari latar belakang pendidikan anggota komunitas *DLD* tidak terlalu banyak membedakan, sehingga tanggapan mereka akan isi acara tersebut tidak jauh berbeda. Penulis juga melihat dengan adanya latar belakang yang tidak jauh berbeda tersebut para anggota *DLD* sering sepakat untuk pergi bersama ke tempat-tempat yang sudah mereka tentukan tanpa adanya perselisihan.

## 5. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan kepribadian. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard dalam Ujang Sumarwan gaya hidup didefinisikan sebagai pola, dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya.<sup>10</sup> Gaya Hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikannya), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat).<sup>11</sup> Gaya Hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis.

Menurut Nugroho J. Setiadi Gaya Hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya yang ada di dalam alam pikiran konsumen yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait

<sup>9</sup> Paul B. Harton, *Sosiologi*. Jakarta: Erlangga. 2007. Hlm 06

<sup>10</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Terapannya dalam Pemasaran)*. Bogor :Ghalia Indonesia, 2014. Hlm 45

<sup>11</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen)*. Jakarta: Kencana. 2010. Hlm. 77

dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.<sup>12</sup> Menurut Ujang gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.<sup>13</sup> Gaya Hidup berbeda dengan kepribadian. Kepribadian lebih menggambarkan karakteristik terdalam pada diri manusia. Sering juga disebut sebagai cara seorang berpikir, merasa dan berpersepsi. Walaupun kedua konsep tersebut berbeda, namun gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan. Kepribadian merefleksikan karakteristik internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku seseorang. Gaya Hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya. Misalnya seseorang yang baru saja menonton tayangan televisi lalu mengkonsumsi tayangan tersebut seperti pada program acara *WL* yang menyajikan konten *travelling*. Masyarakat jadi ingin mengkonsumsi ingin melakukan *travelling* pada program acara tersebut. Intinya gaya hidup akan mengubah pola konsumsi seseorang.

Gaya hidup adalah juga salah satu bentuk budaya konsumen. Karena gaya hidup seseorang dilihat dari apa yang dikonsumsi, baik barang ataupun jasa. Konsumsi tidak hanya mencakup kegiatan membeli sejumlah barang atau materi, seperti televisi dan handphone. Akan tetapi, juga mengkonsumsi jasa, seperti rekreasi. Beberapa contoh dari gaya hidup yang nampak menonjol saat ini adalah rekreasi, menonton film, berbelanja, dll untuk menghabiskan waktu luang. Secara

---

<sup>12</sup> Nugroho J. 2010. Hlm. 77

<sup>13</sup> Ujang Surmawan. 2014. Hlm.45

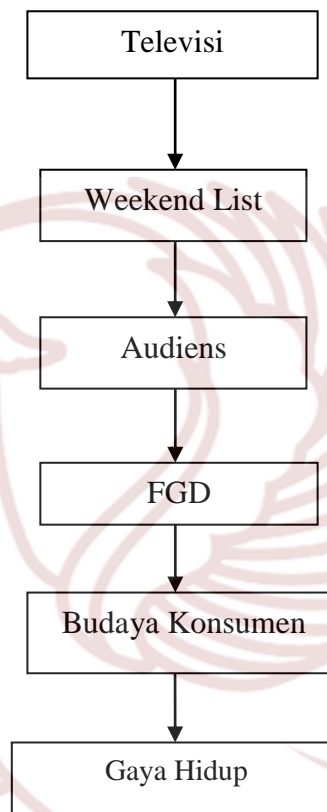
tradisional, konsumsi merupakan proses materi yang berakar pada kebutuhan biologis manusia. Namun konsumsi juga dianggap sebagai proses ideal yang berakar dalam simbol-simbol, tanda-tanda dan kode-kode yang berhubungan dengan nilai moral.

Dalam masyarakat konsumen, orang-orang mengenali dirinya dalam komoditi mereka, mereka menemukan jiwa mereka dalam mobil, rumah, perabotan, dsb. Suatu mekanisme yang mengikat individu kepada masyarakatnya telah berubah, dan kontrol-kontrol sosial dilabuhkan pada kebutuhan-kebutuhan baru yang diproduksinya. Gaya hidup juga dihubungkan dengan status kelas sosial ekonomi. Hal tersebut karena pola-pola konsumsi dalam gaya hidup seseorang melibatkan dimensi simbolik, tidak hanya berkenaan dengan kebutuhan hidup yang mendasar secara biologis. Simbolisasi dalam konsumsi masyarakat modern saat ini mengkonstruksi identitasnya, sehingga gaya hidup bisa mencitrakan keberadaan seseorang pada suatu status sosial tertentu. Konstruksi identitas diri melalui konsumsi banyak dilakukan oleh masyarakat perkotaan.

Jadi, pilihan mobil, rumah, makanan yang dikonsumsi, tempat hiburan, berbagai merk pakaian, asesoris, dll sebenarnya hanyalah simbol dari status sosial tertentu. Begitu juga dengan pola pergaulan. Bagaimana, dengan siapa dan dimana seseorang bergaul juga menjadi simbol bahwa dirinya adalah bagian dari kelompok sosial tertentu.

Berikut kerangka pendekatan digunakan untuk referensi dalam mengkaji penelitian tentang Pengaruh Program *Weekend List* di NET. Terhadap Komunitas

Sanggar senam *Damai Line Dance* Dalam Menghabiskan Waktu Luang sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Skema penelitian

Seperti media massa lainnya televisi memiliki fungsi yang sama yaitu menginformasi, mendidik, dan menghibur. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi di Indonesia, karena pada umumnya alasan masyarakat memilih menonton tv adalah untuk memperoleh hiburan. Hal ini disebabkan karena televisi merupakan sarana hiburan yang paling dekat dengan masyarakat. Oleh sebab itu semakin banyak industri penyiaran khususnya industri televisi sekarang ini memproduksi program-program hiburan, antara lain program drama, *games*, *magazine*, musik, dan komedi.

Seperti jaman sekarang, bukan hanya anak muda saja yang memiliki antusiasme tinggi terhadap hal-hal baru khususnya tren gaya hidup seperti berwisata ditempat-tempat yang sedang ramai diperbincangkan atau populer masa kini. Namun di sela-sela kesibukannya ibu-ibu juga suka mengeksplorasi tempat-tempat yang lagi populer atau yang sedang *hitz*, untuk berwisata bersama. Salah satunya anggota komunitas *DLD* yang rata rata wanita usia 40-57 tahun, berlatar belakang sebagai ibu rumah tangga dan instruktur senam. Mereka sering melakukan *travelling* dan mendapatkan referensi dari tayangan televisi yaitu program acara *Weekend List* di NET.

*Weekend List* merupakan salah satu program acara andalan NET. yang tampil dengan format yang berbeda dari program acara yang sejenis. Hal yang dianggap unik dan menjadi ciri khas dari program acara *WL* adalah caranya menyajikan program acara tersebut. Objek atau tempat yang diliput kemudian diolah dengan sangat baik di sajikan secara mendetail sehingga masyarakat yang menonton mendapat informasi yang cukup dan menarik. *WL* sebuah program acara yang merekomendasikan tempat-tempat yang menarik untuk berlibur atau berakhir pekan, lengkap dengan biaya yang dikeluarkan untuk masuk dalam sebuah lokasi wisata, menikmati wahana yang ada bahkan sampai pada harga-harga makanan yang disediakan pada segmen kuliner. *WL* tayang setiap Sabtu dan Minggu pukul 10.00 WIB.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Focused Group Discussion* (FGD). *FGD* merupakan suatu proses pengumpulan data dan informasi yang sistematis mengenai suatu permasalahan tertentu yang sangat spesifik melalui



diskusi kelompok.<sup>14</sup> *FGD* digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan melakukan diskusi terfokus kepada anggota komunitas *DLD* yang telah dipilih sesuai dengan kriteria.

Penulis mengambil perspektif kesenangan emosional untuk konsumsi, mimpi-mimpi dan keinginan yang ditampilkan dalam bentuk budaya konsumsi dan tempat-tempat konsumsi tertentu yang secara beragam memunculkan kesenangan estetis. Setelah menonton program acara *WL* anggota komunitas *DLD* jadi ingin melakukan *travelling* seperti yang ada di tayangan tersebut. Dari situ Gaya hidup mereka berubah yang dulu tidak pernah terfikirkan menjadi sering melakukan *travelling* atau *hangout* bersama.

## G. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara utuh.<sup>15</sup> Penelitian ini akan menyajikan sebuah temuan yang telah didapat dari proses penelitian ke dalam bentuk deskripsi kalimat yang rinci, lengkap dan

<sup>14</sup> Irwanto, *Focused Group Discussion*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2006. Hlm 01

<sup>15</sup> Imam Gunawan, *Metode penelitian Kualitatif Teori & Praktek* . Jakarta: PT Bumi Aksara. 2014. Hlm. 143

mendalam mengenai proses bagaimana dan mengapa sesuatu terjadi.<sup>16</sup> Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reception analysis* yaitu teori yang menjadi landasan dalam melihat bagaimana pengaruh program acara terhadap gaya hidup audien. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh program *Weekend List* di NET. terhadap komunitas sanggar senam *Damai Line Dance* dalam menghabiskan waktu luang.

## **2. Objek Penelitian**

Objek penelitian diambil dengan cara melakukan penelitian langsung kepada Komunitas Sanggar Senam *Damai Line Dance* dengan melaksanakan *Focused Group Discussion* (FGD).

## **3. Sumber Data**

### **a. Sumber Data Primer**

Data primer diperoleh dengan melakukan dan mengamati proses *Focused Group Discussion* (FGD) adalah sebuah teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian kualitatif dengan tujuan menemukan makna sebuah tema menurut pemahaman sebuah kelompok.<sup>17</sup> Kelompok terdiri dari informan berjumlah 7 orang. Jumlah ideal untuk informan *FGD* adalah 7-11 orang.<sup>18</sup> Jika terlalu sedikit maka dimungkinkan tidak memberikan variasi yang menarik, sedangkan apabila terlalu banyak informan akan mengurangi kesempatan masing-

<sup>16</sup> H.B. Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2006. Hlm. 139

<sup>17</sup> Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2003. Hlm. 121

<sup>18</sup> Irwanto, *Focused Group Discussion*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006. Hlm. 74



masing informan untuk memberikan sumbangan pikiran yang mendalam. Sehingga untuk memperoleh sumber data yang valid dan benar benar terfokus maka *FGD* akan dilakukan dengan informan yang sudah diseleksi sebelumnya berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Informan *FGD* akan dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, yaitu: Subjek yang diteliti adalah komunitas sanggar senam *Damai Line Dance* dengan jumlah 7 orang yang berusia sekitar 40 (Empat puluh) sampai 57 (lima puluh tujuh) tahun. Memiliki latar belakang pendidikan SMA sampai sarjana dan berlatar belakang sebagai ibu rumah tangga selain itu beberapa diantara mereka juga bekerja sebagai instruktur senam, hobi jalan-jalan dan *Hangout*, mengikuti perkembangan program acara *Weekend List*.

#### **b. Sumber Data Sekunder**

Sumber data Sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari sumber tambahan (bukan dari subyek penelitian) dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi media sosial seperti facebook dan instagram untuk mendapatkan informasi yang relevan serta data-data yang dapat dipakai untuk menyelesaikan masalah. Selain itu data-data juga diperoleh melalui buku, artikel, jurnal, dokumen maupun internet yang dapat mendukung pelaksanaan penelitian ini.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian kualitatif ini diantaranya adalah:

##### a. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti serta pencatatan secara sistematis.<sup>19</sup> Penelitian dilakukan dengan melihat secara langsung kemudian mencatatnya. Penelitian ini melakukan pengamatan di Sanggar Senam *DLD*, Karanganyar.

##### b. *Focus Group Discussion* (FGD)

*Focus Group Discussion* (FGD) merupakan cara wawancara kelompok, dan data yang diperoleh sekaligus sudah merupakan data yang lebih mantap karena sudah dibahas oleh banyak narasumber sebagai anggota diskusi kelompok.<sup>20</sup> Pengambilan data pada penelitian ini dengan wawancara langsung kepada komunitas sanggar senam *DLD* dengan jumlah informan 7 orang. Demi mencapai hasil yang sesuai harapan maka dilakukan tahapan-tahapan pelaksanaan. Susunan tahapan atau langkah-langkah ini mengacu pada pedoman pelaksanaan *Focused Group Discussion* (FGD) menurut Irwanto. Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan: Menentukan topik yang diteliti. Topik dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh program acara *Weekend List* terhadap komunitas

<sup>19</sup> Imam Gunawan.2014. Hlm. 143

<sup>20</sup> H.B.Sutopo. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2006. Hlm. 73.

sanggar senam *Damai Line Dance* dalam menghabiskan waktu luang, menyusun pedoman pertanyaan sebagai bahan diskusi terfokus, Mengkoordinasi tim pelaksana *Focused Group Discussion* (FGD), Menyiapkan lokasi, konsumsi dan dokumentasi, menghimpun informan diskusi dan mengundang untuk kegiatan diskusi terfokus, menunjuk moderator yang bertugas memfasilitasi diskusi dan kemudian menggali informasi, melakukan transkrip terhadap hasil rekaman, melakukan analisis terhadap data yang telah ditranskrip, menarik kesimpulan dan menyusun laporan.

### **c. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi melalui sosial media yaitu facebook. Selain itu buku, majalah, koran dan literature lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori. Studi pustaka pada penelitian ini dilakukan dengan mencari beberapa referensi buku maupun skripsi terdahulu yang membahas mengenai pengaruh program acara terhadap gaya hidup komunitas dalam menghabiskan waktu luang.

## **5. Analisis Data**

Analisis data merupakan proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan dan bahan-bahan yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Imam Gunawan. 2014. Hlm: 82

### **a. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi data.<sup>22</sup> Proses reduksi data pada penelitian ini yaitu mengumpulkan sejumlah informasi yang berkaitan dengan program acara *Weekend List* dapat memberikan pengaruh pada anggota sanggar senam *DLD*. Setelah memperoleh data dari proses *Focused Group Discussion* (FGD), maka dilakukan penyeleksian dan pemfokusan data. Setiap data dikelompokkan berdasarkan kategori yang sama dengan mengacu pada teori budaya konsumen. Data yang telah dikategorikan inilah yang selanjutnya akan disajikan dalam sajian data. Proses reduksi data dalam penelitian ini berlangsung terus menerus dan berkelanjutan sampai hasil penelitian siap untuk disusun.

### **b. Penyajian Data**

Merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian.<sup>23</sup> Sajian data yang disampaikan dalam penelitian ini merupakan hasil dari *Focused Group Discussion* (FGD) yang dilaksanakan dengan informan anggota komunitas sanggar senam *DLD* dengan jumlah dan kriteria yang telah ditentukan. Pokok bahasan dalam penelitian ini, yaitu pengaruh program *Weekend List* di NET. terhadap komunitas sanggar senam *DLD* dalam menghabiskan waktu luang. Hasil *FGD* tersebut menjadi data utama yang diolah sebagai hasil dari penelitian dan

---

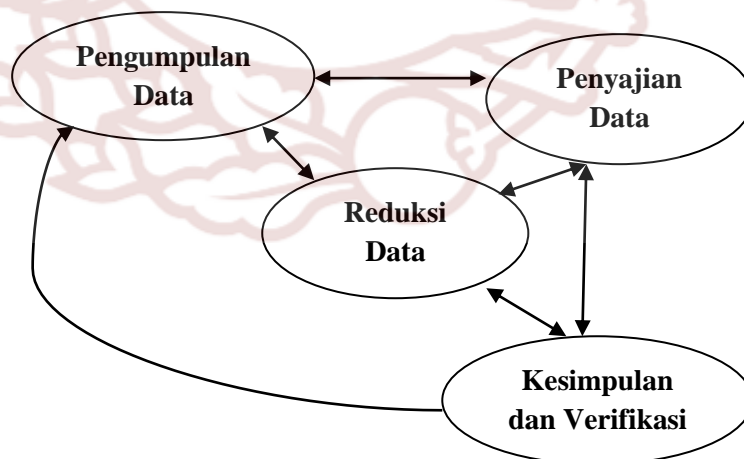
<sup>22</sup> H.B.Sutopo , 2006. Hlm: 115

<sup>23</sup> H.B. Sutopo,2006. Hlm : 115

dipaparkan secara *detail*. Setelah sumber data yang diperoleh dari proses *FGD* ini telah direduksi, maka data akan disajikan dalam bentuk deskripsi rinci yang disusun secara logis dan sistematis dengan mengacu pada rumusan masalah.

### c. Penyimpulan dan Verifikasi

Simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan.<sup>24</sup> Verifikasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat kembali data yang dikumpulkan dari berbagai sumber termasuk dari informan yang telah diajukan dengan berbagai pertimbangan data diperoleh, dianalisis kembali kemudian dicocokkan lagi dengan kesimpulan yang telah diperoleh apakah ada pergeseran atau tidak. Dalam tahap ini berupaya memberikan data yang penuh dari data yang terkumpul hingga menjadi sebuah kesimpulan yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan.



Gambar 2. Bagan Analisis Data Menurut Miles dan Huberman (1992:20)  
(sumber: Djam'an Komariah & Aan Satori, 2010)

<sup>24</sup> H.B. Sutopo, 2006. Hlm : 116

## H. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini akan terbagi menjadi bab yang berisi uraian dan subbab yang berisi penjelasan. Penyusunan dimulai dari bab pertama hingga bab keempat. Adapun penyusunannya sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Bab ini mendeskripsikan mengenai Komunitas Sanggar Senam *Damai Line Dance*, baik dalam bentuk profil, usia, pekerjaan, kebiasaan dan aktifitas. Program acara *travelling* hingga aplikasi travel. Selain itu juga dijelaskan secara rinci mengenai tayangan *Weekend List* yang disajikan oleh media kepada audiennya.

### **BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian yang berisi deskripsi pelaksanaan dan analisis data yang diperoleh dari pelaksanaan *Focused Group Discussion* (FGD) tentang pengaruh program acara *Weekend List*.

### **BAB IV PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan kajian penelitian yang telah dilakukan.



## **BAB II**

### **SANGGAR SENAM *DAMAI LINE DANCE***

#### **A. Profil Sanggar Senam *Damai Line Dance***

Objek kajian dalam penelitian ini adalah komunitas sanggar senam *Damai Line Dance* yang disingkat dengan *DLD*. *Damai Line Dance* adalah sebuah nama komunitas sanggar senam yang berada di wilayah kabupaten Karanganyar, provinsi Jawa Tengah tepatnya Desa Ngringo RT 01, RW 18. Lokasinya terletak di perumnas Palur. Komunitas *DLD* ini beranggotakan 10 orang yaitu Eko Wijaya (Cik Tin) sebagai owner *DLD*, Auri sebagai ketua harian, Sri Anjani sebagai bendahara, Istiqoma sebagai sekretaris. Selain itu terdapat beberapa anggota diantaranya Ni Wayan, Sri Suskandari, Intan Ratna Sari, Dewi Kunthi, Ayu Puspita, dan Putu Wijaya.

Komunitas *DLD* merupakan bagian dari Paguyuban Sanggar Senam Seluruh Karanganyar atau disingkat PS3K. PS3K adalah organisasi yang didirikan oleh para pecinta olahraga senam sebagai ajang silaturahmi dan menyalurkan aspirasi dari para anggotanya. Komunitas *DLD* terdiri dari 10 orang yang memiliki rata-rata usia 40 sampai 57 tahun ke atas. Berdasarkan pemaparan di atas alasan yang menjadikan peneliti tertarik untuk memilih komunitas *DLD* sebagai objek kajian sekaligus informan karena program acara *Weekend List* dapat memberikan pengaruh terhadap gaya hidup komunitas *DLD* dengan cara

mengunggah foto di sosial media mereka dan melalui hasil *Focused Group Discussion* (FGD)



Gambar 03. Logo Sanggar Senam *Damai Line Dance*  
(sumber: Auri, instruktur senam, 2018)

## **B. Visi dan Misi Sanggar Senam *Damai Line Dance***

### **1. Visi**

Visi yang terdapat pada sanggar senam *Damai Line Dance* yaitu menyehatkan masyarakat melalui senam *line dance*.

### **2. Misi**

Adapun misi yang terdapat pada sangga senam *Damai Line Dance* diantaranya:

- a. Memperkenalkan senam line dance kepada masyarakat.
- b. Meningkatkan prestasi melalui senam *line dance*.
- c. Menjadikan masyarakat bahagia dan sejahtera melalui senam *line dance*.



### C. Anggota Sanggar Senam *Damai Line Dance*

Menurut Irwanto jumlah yang ideal untuk melakukan *FGD* adalah 7-11 orang karena jika terlalu sedikit tidak memberikan variasi yang menarik dan jika terlalu banyak akan mengurangi kesempatan masing-masing peserta untuk memberikan sumbangan pikiran yang mendalam.<sup>25</sup>

Pada proses penggalan data, walaupun anggota di sanggar senam *DLD* terdapat 10 orang tetapi peneliti memilih 7 orang perempuan yang dijadikan sebagai informan. Ketujuh informan tersebut ialah Sri Anjani, Ni Wayan, Intan Ratna Sari, Sri Suskandari, Dewi Kunthi, Eko Wijaya dan Ayu puspita. Anggota sanggar senam *DLD* yang tidak dipilih oleh peneliti karena 2 orang yang berjenis kelamin laki-laki dan 1 orang lainnya yang tidak aktif di dalam sanggar senam tersebut.

Beberapa informan yang terpilih sebagai peserta *FGD* dapat dilihat pada tabel berikut :



---


<sup>25</sup> Irwanto, Focused Group Discussion, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006), 74.

Tabel 1. Data informan peserta *FGD* sanggar senam *DLD*  
(Sumber: Anastasia Rosi, 2018)

No	Foto	Biodata
1		<p>Nama : Eko Wijaya (Cik Tin)</p> <p>Umur : 57 tahun</p> <p>Status : menikah</p> <p>Pekerjaan : Owner <i>Damai Line Dance</i></p> <p>Pendidikan : S1</p>
2		<p>Nama : Ni Wayan</p> <p>Umur : 46 tahun</p> <p>Status : menikah</p> <p>Pekerjaan : Ibu rumah tangga</p> <p>Pendidikan : S1</p>

3		<p>Nama : Intan Ratna Sari</p> <p>Umur : 40 tahun</p> <p>Status : menikah</p> <p>Pekerjaan : Instruktur senam</p> <p>Pendidikan : D3</p>
4		<p>Nama : Sri Suskandari</p> <p>Umur : 45 tahun</p> <p>Status : menikah</p> <p>Pekerjaan : Ibu rumah tangga</p> <p>Pendidikan : D1</p>

5		<p>Nama : Dewi Kunthi</p> <p>Umur : 49 tahun</p> <p>Status : menikah</p> <p>Pekerjaan : ibu rumah tangga</p> <p>Pendidikan : D3</p>
6		<p>Nama : Sri Anjani</p> <p>Umur : 43 tahun</p> <p>Status : menikah</p> <p>Pekerjaan : Instruktur senam</p> <p>Pendidikan : SMA</p>

7		Nama : Ayu puspita Umur : 40 tahun Status : menikah Pekerjaan : Instruktur senam Pendidikan : S1
---	--	--

Pada tabel di atas 7 orang perempuan yang dipilih oleh peneliti sebagai informan rata-rata memiliki usia 40-57 tahun dengan status menikah. Tujuh orang informan tersebut 4 diantaranya sebagai ibu rumah tangga dan sisanya sebagai instruktur senam. Selain itu juga memiliki jenjang pendidikan SMA hingga Sarjana.

#### **D. Sejarah Program Acara *Travelling***

Semakin banyaknya orang yang tertarik dengan dunia petualangan tak lepas dari pengaruh program acara televisi yang berbau *travelling*. Tak hanya itu program acara *travelling* juga digunakan untuk mengeksplorasi keindahan alam yang terdapat di Indonesia. Sejak tahun 2000-an program acara *travelling* sudah mulai tayang di layar televisi. Berbagai stasiun televisi memproduksi program acara tersebut untuk di suguhkan oleh penonton. Adapun beberapa stasiun televisi yang menayangkan program acara *travelling* diantaranya:



Tabel 2. Daftar Program Acara Traveliling  
(Sumber: Anastasia Rosi, 2019)

Tahun	Stasiun TV						
	Trans TV	Trans 7	Global TV	Kompas TV	TVRI	Metro TV	NET
2001	<i>Jelajah</i>	-	-	-	-	-	-
2002	<i>Jelajah</i>	<i>Jejak Petualang</i>	-	-	-	-	-
2003	<i>Jelajah</i>	<i>Jejak Petualang</i>	-	-	-	-	-
2004	<i>Jelajah</i>	<i>Jejak Petualang</i>	-	-	-	-	-
2005	<i>Jelajah</i>	<i>Jejak Petualang</i>	-	-	-	-	-
2006	<i>Jelajah</i>	<i>Si Bolang</i>	-	-	-	-	-
2007	<i>Jelajah</i> <i>Koper dan Ransel</i>	<i>Si Bolang</i> <i>Jejak Si Gundul</i>	-	-	-	-	-
2008	<i>Jelajah</i> <i>Koper dan Ransel</i>	<i>Si Bolang</i> <i>Jejak Si Gundul</i>	-	-	-	-	-
2009	<i>Jelajah</i> <i>Koper dan Ransel</i>	<i>Si Bolang</i> <i>Jejak Si Gundul</i>	-	-	-	-	-

2010	<i>Jelajah</i> <i>Koper dan Ransel</i>	<i>Si Bolang</i> <i>Mancing Mania</i> <i>Wara-Wiri</i> <i>Jejak Si Gundul</i>	-	-	-	-	-
2011	<i>Jelajah</i> <i>Koper dan Ransel</i>	<i>Si Bolang</i> <i>Wara-wiri</i> <i>Mancing Mania</i> <i>Jejak Si Gundul</i>	-	<i>Weekend Yuk</i>	-	-	-
2012	<i>Jelajah</i> <i>Koper dan Ransel</i> <i>Celebrity On Vacation</i>	<i>Si Bolang</i> <i>Wara-Wiri</i> <i>Mancing Mania</i> <i>Jejak Si Gundul</i>	<i>Jalan-Jalan Men</i>	<i>Weekend Yuk</i>	-	-	-
2013	<i>Jelajah</i> <i>My Trip My Adventure</i> <i>Etnic</i>	<i>Si Bolang</i> <i>Mancing Mania</i> <i>Jejak Si Gundul</i>	-	<i>Weekend Yuk</i> <i>100 Hari Keliling Indonesia</i>	-	-	<i>Indonesia Bagus</i> <i>Weekend List</i>



	<i>Runaway</i>						
	<i>Celebrity On Vacation</i>						
	<i>My Trip My Adventure</i>						
2014	<i>Jelajah</i>	<i>Si Bolang</i>	-	<i>Weekend Yuk</i>	-	-	<i>Indonesia Bagus</i>
	<i>Ethnic Runaway</i>	<i>Hello Paradise</i>		<i>Explore Indonesia</i>			<i>Weekend List</i>
	<i>Celebrity On Vacation</i>	<i>Detektif Rasa</i>					
	<i>My Trip My Adventure</i>	<i>Mancing Mania</i>					
		<i>Jejak Si Gundul</i>					
2015	<i>Jelajah</i>	<i>Si Bolang</i>	-	<i>Weekend Yuk</i>	-	<i>Alenia's Journey</i>	<i>Indonesia Bagus</i>
	<i>Celebrity On Vacation</i>	<i>Ragam Indonesia</i>		<i>Explore Indonesia</i>			<i>Weekend List</i>
	<i>My Trip My Adventure</i>	<i>Mancing Mania</i>					
		<i>Jejak Si Gundul</i>					
	<i>Ethnic Runaway</i>	<i>Detektif Rasa</i>					

2016	<i>Jelajah</i>  <i>Celebrity On Vacation</i>  <i>My Trip My Adventure</i>  <i>Ethnic Runaway</i>	<i>Si Bolang</i>  <i>Mancing Mania</i>  <i>Jejak Si Gundul</i>  <i>Detektif Rasa</i>	-	<i>Weekend Yuk</i>  <i>Explore Indonesia</i>	<i>Pesona Indonesia</i>	<i>Alenia's Journey</i>	<i>Indonesia Bagus</i>  <i>Weekend List</i>
2017	<i>Celebrity On Vacation</i>  <i>My Trip My Adventure</i>  <i>Ethnic Runaway</i>	<i>Si Bolang</i>  <i>Hijab Travelling</i>  <i>Mancing Mania</i>  <i>Jejak Si Gundul</i>  <i>Detektif Rasa</i>	-	<i>Weekend Yuk</i>	-	<i>Alenia's Journey</i>	<i>Indonesia Bagus</i>  <i>Weekend List</i>
2018	<i>Celebrity On Vacation</i>  <i>My Trip My Adventure</i>	<i>Si Bolang</i>  <i>Mancing Mania</i>  <i>Jejak Si Gundul</i>	-	-	-	-	<i>Indonesia Bagus</i>  <i>Weekend List</i>

		<i>Detektif Rasa</i>					
		<i>Hijab Travelling</i>					

Berikut pemaparan sejarah program acara *travelling* yang terdapat di beberapa stasiun televisi:

#### 1. Trans TV

Stasiun Trans TV memproduksi program acara *travelling* yaitu *Jelajah*, *Ethnic Runaway*, *My Trip My Adventure*, *Celebrity on Vacation*, *Koper dan Ransel*.



Gambar 04. Logo Program Acara *Jelajah*  
(sumber: <https://cdn2.boombastis.com/wp-content/uploads/2017/10/Jelajah.jpg>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.00 WIB)

*Jelajah* merupakan program acara yang pertama kali ditayangkan di Trans TV pada tahun 2001. Awalnya *Jelajah* ini bukan acara yang khusus menampilkan tayangan petualangan atau *travelling*. Namun lebih pada tayangan berupa

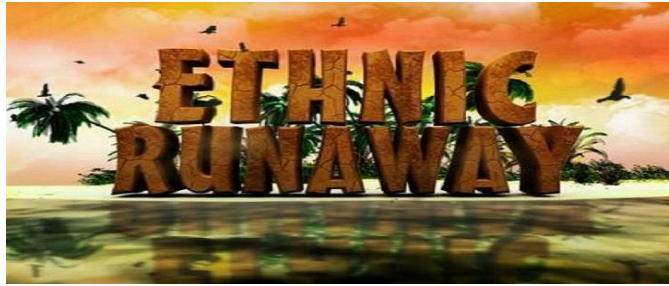
kumpulan *feature* video berdurasi 3-5 menit. Namun seiring berjalan waktu, *Jelajah* mulai menyajikan konten *travelling* dengan gaya story-line yang ringan, informatif, dan menghibur. Jadwal tayang dan tema yang disajikan juga tak melulu tentang petualangan saja misalnya *Jelajah* yang ditayangkan pada hari Sabtu lebih banyak menyoroti tentang festival, binatang, dan hal-hal yang menarik bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara. *Jelajah* yang ditayangkan pada hari Minggu misalnya banyak mengangkat tentang keragaman budaya dan kisah-kisah unik, Sedangkan *Jelajah* Senin-Jumat lebih banyak mengangkat kisah perjalanan atau *travelling*.<sup>26</sup> Namun acara ini sudah tidak tayang lagi.



Gambar 05. Logo Program Acara My Trip My Adventure  
(sumber: <http://www.transtv.co.id/program/35/my-trip-my-adventure>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.05 WIB)

Program acara *My Trip My Adventure* merupakan sebuah program acara petualangan di Indonesia yang banyak disenangi oleh anak muda. Program acara *My Trip My Adventure* banyak mengangkat keindahan alam Indonesia yang masih jarang tersentuh. Tayangan ini disiarkan sejak September 2013 hingga sekarang ini. Tayang pada hari Sabtu dan Minggu pukul 08.30 WIB.

<sup>26</sup> <https://phinemo.com/8-acara-petualangan-hits-yang-pernah-tayang-di-televisi-indonesia/> diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 10.52 WIB



Gambar 06. Logo Program Acara Ethnic Runaway  
(sumber:[https://s.kaskus.id/images/2017/07/03/6159011\\_20170703070438.jpg](https://s.kaskus.id/images/2017/07/03/6159011_20170703070438.jpg), diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.10 WIB)

*Ethnic Runaway* merupakan program acara petualangan yang berkonsep unik. Program acara ini tidak seperti program acara petualangan lain yang mengeksplere suatu tempat dengan cara biasa, namun *Ethnic Runaway* justru mengajak pembawa acara nya untuk tinggal dan bergaya hidup layaknya penduduk lokal.<sup>27</sup> Tempat yang dikunjungi ialah perkampungan atau suku terpencil yang masih sangat kental dengan kearifan lokal. Acara ini tayang pada tahun 2013 namun pada tahun 2017 acara ini sudah tidak tayang lagi.



Gambar 07. Logo Program Acara Celebrity On Vacation  
(sumber:[https://image.iyaa.com/article/2015/12/\\_icsFiles/afieldfile/2015/12/04/celeb.jpg](https://image.iyaa.com/article/2015/12/_icsFiles/afieldfile/2015/12/04/celeb.jpg), diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.12 WIB)

*Celebrity On Vacation* merupakan sebuah program acara yang mengangkat tema *travelling* yang dipandu oleh beberapa artis terkenal di Indonesia, untuk pergi ke sebuah tempat, baik itu dalam maupun luar negeri.

<sup>27</sup> <http://jalan2.com/forum/topic/21603-program-tv-lokal-tentang-petualangan-yang-legendaris/>  
diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.40 WIB



Program ini menayangkan kegiatan para artis di beberapa lokasi, dan kegiatan apa saja yang mereka lakukan di tempat tersebut. Program acara *Celebrity on Vacation* rilis pada tahun 2012 hingga sekarang. Tayang setiap hari sabtu pukul 07.30 WIB.



Gambar 08. Logo Program Acara Koper dan Ransel  
(sumber: [https://chitralolypoly.files.wordpress.com/2010/07/750x200\\_koper\\_dan\\_ransel.jpg?w=634](https://chitralolypoly.files.wordpress.com/2010/07/750x200_koper_dan_ransel.jpg?w=634), diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.15 WIB)

*Koper dan Ransel* merupakan program acara *travelling* yang menceritakan mengenai sebuah perjalanan menuju suatu lokasi dengan memberikan alternatif biaya akomodasi. Koper untuk perjalanan dengan biaya yang lebih tinggi dengan segala fasilitas yang memuaskan, sedangkan ransel merupakan perjalanan untuk versi *backpacker* yang tidak banyak mengeluarkan biaya. Program ini memberikan informasi akomodasi serta tempat-tempat wisata yang ada dilokasi tersebut. Program acara ini rilis pada tahun 2007. Namun sekarang sudah tidak tayang lagi.

## 2. Trans 7

Stasiun Trans 7 memproduksi program acara *travelling* yaitu *Jejak Petualang*, *Si Bolang*, *Mancing Mania*, *Wara-Wiri*, *Hello Paradise*, *Hijab Traveling*, *Jejak Si Gundul*, *Ragam Pesona*, *Detektif Rasa*.



Gambar 09. Logo Program Acara Jejak Petualang  
(sumber: <https://www.trans7.co.id/programs/jejak-petualang-weekend>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.18 WIB)

*Jejak petualang* merupakan program dokumenter yang memberikan nuansa dan pengalaman baru bagi masyarakat yang suka melakukan kegiatan petualangan kealam bebas. Program acara petualangan ini identik dengan karakter perempuan tangguh. Hal ini digambarkan dengan para pembawa acara yang cantik namun tangguh dan atraktif. Jika dilihat dari konten yang ditayangkan, *Jejak petualang* lebih condong mengangkat fenomena menarik seputar alam, kearifan lokal, kebudayaan, dan eksplorasi alam Indonesia. Program acara jejak *Petualang* tayang pada tahun 2002. Hingga sekarang program acara ini masih tayang.





Gambar 10. Logo Program Acara Si Bolang  
(sumber: <https://www.trans7.co.id/programs/bocah-petualang>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.25 WIB)

*Si Bolang* merupakan program acara petualangan anak-anak yang ditayangkan sejak 5 April 2002. Acara ini tidak memiliki pembawa acara tetap untuk memandu acara, melainkan menggunakan anak-anak lokal. Unikny semua narasi cerita seputar kegiatan petualangan dan eksplorasi yang disampaikan dengan menggunakan bahasa lokal mereka, sehingga terlihat lucu dan natural.<sup>28</sup> Hingga sekarang program acara *Si Bolang* ini masih tayang.



Gambar 11. Logo Program Acara Mancing Mania  
(sumber: <https://www.trans7.co.id/programs/mancing-mania>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.30 WIB)

<sup>28</sup> <https://phinemo.com/8-acara-petualangan-hits-yang-pernah-tayang-di-televisi-indonesia/> diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.45 WIB

*Mancing mania* merupakan program acara petualangan yang dibalut dengan kegiatan memancing ke tengah laut, sungai, dan danau pedalaman untuk memancing ikan. Didukung dengan eksplorasi spot mancing yang menyajikan pemandangan eksotis membuat mancing mania sangat kompetitif. Dibawakannya oleh Host yang merupakan pemancing professional memiliki reputasi baik di dunia *sport-fishing*. Namun demikian ikan yang didapat tidaklah untuk dikonsumsi melainkan untuk dilepaskan kembali, untuk menjaga agar populasi ikan tersebut tidak berkurang.<sup>29</sup> Tak hanya menyajikan aksi pertarungan antara pemancing dengan ikan target, tetapi mancing mania juga memberikan informasi dan mengedukasi penonton tentang keanekaragaman hayati ekosistem perairan. Program acara ini tayang pada tahun 2010 hingga sekarang. Tayang setiap Sabtu dan Minggu pukul 13.30 WIB.

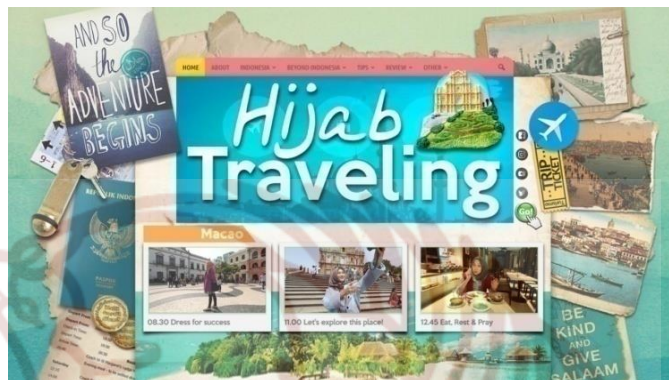


Gambar 12. Logo Program Acara Wara Wiri  
(sumber: [https://s.kaskus.id/images/2017/07/03/6159011\\_20170703070332.jpg](https://s.kaskus.id/images/2017/07/03/6159011_20170703070332.jpg), diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.33 WIB)

*Wara-wiri* merupakan program acara yang ditayangkan sekitar tahun 2010 hingga 2012. Program acara ini memadukan antara petualangan, wisata kuliner, wisata budaya, wisata bahari, belanja, *entertainment* atau *extreme sport* di suatu

<sup>29</sup> <https://phinemo.com/8-acara-petualangan-hits-yang-pernah-tayang-di-televisi-indonesia/> diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.45 WIB

kota. *Wara-wiri* dibawakan oleh pembawa acara Komeng dan Adul. Namun program acara ini sudah tidak tayang lagi.



Gambar 13. Logo Program Acara Hijab Traveling  
(sumber: <https://www.trans7.co.id/programs/hijab-traveling>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.37 WIB)

*Hijab Traveling* merupakan program acara *travelling* yang memberi referensi sebuah tempat wisata disebuah Negara, sekaligus memberika referensi tempat untuk merekomendasikan makanan hallal, masjid, dan komunitas muslim yang ada disekitar tempat wisata tersebut. Program acara *Hijab Travelling* tayang pada tahun 2017 hingga sekarang.



Gambar 14. Logo Program Acara Hello Paradise  
(sumber: [http://cdn2.tstatic.net/tribunnews/foto/bank/images/20140905\\_192820\\_budi-doremi-hello-paradise.jpg](http://cdn2.tstatic.net/tribunnews/foto/bank/images/20140905_192820_budi-doremi-hello-paradise.jpg), diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.40 WIB)

*Hello Paradise* merupakan program acara yang menyajikan perjalanan wisata yang mengajak penonton untuk mengeksplorasi keindahan, keunikan, serta kearifan daerah pesisir dan pantai-pantai di Indonesia. Keceruan program acara ini dilengkapi dengan interaksi bersama penduduk setempat dalam memasak dan menangkap ikan. Dengan demikian penonton dapat mengetahui berbagai keunikan dan kekayaan alam serta seni budaya yang dimiliki oleh daerah-daerah pesisir pantai Indonesia. Di akhir segmen *Host* akan mengabadikan pemandangan yang dia jumpai melalui foto dan foto tersebut akan dimasukkan kedalam botol kaca yang telah diisi pasir pantai yang telah dikunjungi. Tayangan ini dikemas secara menarik, mulai pada 7 September 2014.



Gambar 15. Logo Program Acara Jejak Si Gundul  
(sumber: <https://www.trans7.co.id/programs/jejak-si-gundul>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.45 WIB)

*Jejak Si Gundul* sebuah program acara tentang perjalanan seorang pemuda yang berkelana dan mengembara ke pelosok negeri dengan melakukan perjalanan ala *backpacker*. Program acara ini memaparkan potensi-potensi kecil yang bisa dikembangkan disuatu daerah. Program acara ini memiliki tujuan untuk



menjelajah seluruh nusantara lewat sisi yang berbeda. Bila selama ini umumnya pendekatan wisata lebih dominan, maka lewat *jejak Si Gundul* kehidupan masyarakatnya lebih diutamakan. Berbaur dengan masyarakat dan merasakan keuletan serta kegigihan mereka. Program acara ini tayang pada tahun 2007 hingga sekarang. Tayang setiap hari kamis pukul 14.15 WIB.



Gambar 16. Logo Program Acara Ragam Indonesia  
(sumber: <https://www.trans7.co.id/programs/ragam-indonesia>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.49 WIB)

*Ragam Indonesia* merupakan sebuah program acara yang menghadirkan informasi keragaman dan keunikan budaya serta kekayaan alam Indonesia.<sup>30</sup> Host pada *Ragam Indonesia* terlibat langsung dengan gaya penyampaian yang menarik. Program ini dikemas dengan naskah yang memiliki alur yang jelas serta terdapat variasi gambar sehingga membuat penonton tertarik dan terhibur. Program acara ini tayang pada tahun 2015.

---

<sup>30</sup> <https://www.trans7.co.id/programs/ragam-indonesia> diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.13 WIB



Gambar 17. Logo Program Detektif Rasa  
(sumber: <https://www.trans7.co.id/programs/detektif-rasa>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.55 WIB)

*Detektif rasa* merupakan program acara yang dapat menjadi referensi bagi penonton dalam mencicipi berbagai jenis dan tempat kuliner mulai dari yang unik, legendaris, hingga viral.<sup>31</sup> *Host* pada program acara *Detektif rasa* yaitu Lolita Agustine. Biasanya ditemani dengan Mesty Hanya, Ayu Hastari, Mario Lawalata, dan Rizky Kinos melakukan “Investigasi” pada menu-menu unik dan kekinian, untuk diberikan penilaian berdasarkan rasa, cara penyajian, harga, dan tempat. Program acara ini tayang sejak tahun 2014 hingga sekarang.

---

<sup>31</sup> <https://www.trans7.co.id/programs/detektif-rasa> diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.08 WIB

### 3. Global TV



Gambar 18. Logo Program Acara Jalan-jalan Men  
(sumber: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/id/4/46/Jjm.jpg>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.01 WIB)

Program acara yang diproduksi oleh stasiun Global TV yaitu *Jalan-jalan Men*. Program acara ini merupakan tayangan web series 4 season yang diunggah diyoutube malesbanget.com. Total episode *Jalan-jalan Men* ini mencapai 41 episode dan mulai ditayangkan sejak 24 Juli 2012.<sup>32</sup> Pembawa acara program *Jalan-Jalan men* dibawakan oleh Jebraw dan Naya Anindita.

### 4. Kompas TV

Stasiun Kompas TV memproduksi program acara *travelling* yaitu *100 hari kelilling Indonesia, Weekend Yuk, Explore Indonesia*

<sup>32</sup> <https://phinemo.com/8-acara-petualangan-hits-yang-pernah-tayang-di-televisi-indonesia/>  
diakses pada tanggal 19 november 11.50 WIB





Gambar 19. Logo Program Acara 100 Hari keliling Indonesia  
(sumber: <http://cdn2.tstatic.net/tribunnews/foto/bank/images/Logo-100-Hari-Keliling-Indonesia.jpg>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.09 WIB)

*100 hari keliling Indonesia* merupakan Program acara petualangan yang disiarkan sejak 4 september 2013 sampai Februari 2014. Tayangan ini wujud dari tantangan untuk mengelilingi Indonesia dalam waktu 100 hari. Acara yang sebanyak 26 episode ini juga menjadi cara lain untuk melihat Indonesia dari sisi yang berbeda. Tidak hanya menyoroti keindahan alam saja tetapi juga menyoroti kondisi sebenarnya dipelosok Indonesia. Jadi tidak hanya menampilkan yang bagus-bagus saja, segala kondisi, realita, dan problematika juga ditampilkan dalam tayangan *100 hari Keliling Indonesia*.<sup>33</sup> Host pada program acara ini dibawakan oleh Ramon Y. Tungka.

<sup>33</sup> <https://phinemo.com/8-acara-petualangan-hits-yang-pernah-tayang-di-televisi-indonesia/>  
diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.48 WIB



Gambar 20. Logo Program Acara Weekend Yuk  
(sumber: <https://twitter.com/weekendyuk>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.15 WIB)

*Weekend Yuk* merupakan program acara tentang liputan wisata alam mulai dari perkebunan teh, pegunungan, dan termasuk air terjun. Program acara *Weekend Yuk* tayang pada tahun 2011.



Gambar 21. Logo Program Acara Explore Indonesia  
(sumber: [tps://i2.wp.com/nasionalis.id/wp-content/uploads/2016/04/Explore-Indonesia-Kompas-Tv.jpg?resize=768%2C318&ssl=1](https://i2.wp.com/nasionalis.id/wp-content/uploads/2016/04/Explore-Indonesia-Kompas-Tv.jpg?resize=768%2C318&ssl=1), diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.18WIB)

*Explore Indonesia* merupakan program acara yang mengajak penonton mengeksplorasi lebih dalam tentang keindahan budaya dan sejarah Indonesia. Program ini mengajak untuk menemukan sesuatu yang baru ditempat yang lama.

Pembawa acara program *Explore Indonesia* dibawakan oleh Dayu Hatmanti yang dikenal juga sebagai duta olahraga selam Indonesia. Program acara ini tayang pada tahun 2014.

## 5. TVRI

Stasiun TVRI memproduksi program acara *travelling* yang berjudul *Wonderfull Indonesia*



Gambar 22. Logo Program Acara Wonderful Indonesia  
(sumber: [https://s.kaskus.id/images/2018/02/23/4836317\\_20180223012933.jpg](https://s.kaskus.id/images/2018/02/23/4836317_20180223012933.jpg), diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.22 WIB)

*Wonderful Indonesia* merupakan program acara yang bertema pariwisata diantaranya Jelajah negeri, Kuliner, Kain Nusantara, dan Program dokumenter wisata bertajuk jalan-jalan. Program acara ini tayang pada tahun 2016.

## 6. Metro TV

Stasiun Metro TV memproduksi program acara *travelling* yaitu Program acara *Alenia's Journey*.



Gambar 23. Program Acara Alenia's Journey Uncover Papua 2  
(sumber: [https://s.kaskus.id/images/2017/07/03/6159011\\_20170703070410.jpg](https://s.kaskus.id/images/2017/07/03/6159011_20170703070410.jpg), diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.26 WIB)

*Alenia's journey Uncover Papua* merupakan sebuah program acara khusus menghadirkan video dokumenter yang dilakukan oleh pasangan Ari Sihasale dan Nia Zulkarnaen menjelajahi alam papua. Perjalanan mereka ini dilakukan bersama tim Alenia Pictures dengan maksud memperkenalkan dan mengangkat beragam hal dari papua yang selama ini tidak terangkat dimedia. Perjalanan mereka bukan hanya menuju ke lokasi-lokasi wisata, tetapi juga masuk ke pelosok yang seringkali harus melalui jalan sulit. Program acara ini tayang pada tahun 2015.

## 7. NET.

Stasiun NET. memproduksi program acara *travelling* yaitu *Indonesia Bagus, Weekend List*





Gambar 24. Logo Program Acara Indonesia Bagus  
(sumber: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/id/thumb/b/b8/IDBagus-NET.jpeg/800px-IDBagus-NET.jpeg>, diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.30 WIB)

*Indonesia Bagus* merupakan program acara petualangan yang mengangkat kearifan lokal. Mulai tayang sejak 13 Juli 2013. *Indonesia Bagus* mengedepankan konsep petualangan dokumenter. Dibawakan oleh penduduk lokal dengan narasi yang menggunakan logat lokal, menjadikan program ini berbeda dengan program petualangan yang lainnya. Nuansa yang disajikan juga berbeda dimana settingannya terasa lebih alami.



Gambar 25. Logo Program Acara *Weekend List*  
(sumber: [https://twitter.com/WeekendList\\_NET](https://twitter.com/WeekendList_NET), diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.35 WIB)

Program acara *Weekend List* merupakan program acara yang membahas tentang *travelling*, *event* seru, pergi ke mana, makan di mana dan semua yang perlu anda ketahui untuk menghabiskan akhir pekan yang menyenangkan.

*Weekend List* mulai tayang sejak April 2013. Tayang setiap hari sabtu dan minggu pukul 10.00 WIB. Menyajikan keragaman daerah, mulai dari wisata, budaya, sejarah, kuliner, dan lain-lain. Tersajikan dalam episode yang berbeda-beda disetiap tayangannya. Hal yang dianggap unik dan menjadi ciri khas *Weekend List* sendiri adalah caranya dalam menyajikan program acara tersebut. Objek tempat yang diliput kemudian diolah dengan sangat baik dari segi pengambilan dan pemilihan *backsound* atau lagu yang mengiringi tayangan ini dan disajikan secara mendetail sehingga masyarakat yang menonton mendapat informasi yang cukup dan menarik. Program acara *Weekend List* ini merekomendasikan tempat yang bisa dikunjungi sekaligus pada akhir pekan atau hari libur.

Secara umum format program *Weekend List* adalah sebagai berikut :

- a. Judul Program : *Weekend List*
- b. Jenis Program : *Magazine*
- c. Stasiun TV : NET
- d. Waktu Tayang : Sabtu dan Minggu, 10:00 WIB
- e. Durasi : 30 menit
- f. Tema : Informasi liburan akhir pekan
- g. Target Audiens : Remaja – Dewasa

### **E. Pembagian Segmen**

Pembagian Segmen Program *Weekend List* tersusun dari beberapa segmen.

Dalam karya tulis ini, penulis mengambil episode “One Day Trip to Bandung”.

### 1. Segmen 1

Pada Segmen ini dibuka dengan *bumper in* dilanjutkan dengan memperkenalkan para *host*. Setelah itu pembukaan yang dilakukan oleh Marsya dan Shinta dengan mengucapkan salam dengan diiringi musik. Sembari memperkenalkan kota Bandung dan akhirnya berkunjung ke restoran yang bernama *Djoeroe Masak* merupakan restoran unik yang terletak dibagian barat bandung. Mengusung tema eropa klasik dan menu yang disajikan lengkap mulai dari kuliner asia hingga eropa.

### 2. Segmen 2

Dilanjutkan dengan segmen kedua Marsya dan Shinta memperkenalkan lokasi yang akan dikunjungi yaitu *Memang Beda*. Dengan menampilkan dekorasi, foto, dan kalikatur, memperlihatkan cara proses menggambar di atas kayu sembari mencari souvenir dan buah tangan.

### 3. Segmen 3

Marsya dan Shinta akan berkunjung ke spot *hangout* yang lagi *hitz* di kota bandung. Marsya berkunjung ke barbershop dilengkapi dengan daftar harga, dan bisa menikmati treatment disini mulai dari potong rambut, massage hingga hair tatum dan Shinta berkunjung ke tempat ngopi sembari memperkenalkan kopi yang paling *recomended* dan cara membuat kopi.

### 4. Segmen 4

Marsya dan Shinta berkunjung ke konsep store yang ada di Bandung sambil berbelanja. Konsep store tempat *fashion* dari tahun 2000 an hingga sekarang, *Lou belle* merupakan pelopor munculnya konsep store yang ada di



Bandung, selain toko, *Lou Belle* juga menjadi tempat berkumpulnya para musisi dan pekerja kreatif lokal di Bandung. Toko ini menyediakan barang barang *lifestyle* yang unik mulai dari baju, kalung, gelang, topi, dll.

## 5. Segmen 5

Marsya dan Shinta menikmati malam kuliner dengan berkunjung ke *Foodtruck* yang bernama *Whatever Combe*. *Whatever Combe* menyediakan menu seperti *Sandwitch* dan Burger semuanya di masak langsung di *foodtruck*. Bisa melihat cara pembuatannya langsung. Segmen ini merupakan segmen terakhir, pada akhir segmen ini Marsya dan shinta menutup acara *Weekend List*.

## F. Aplikasi Travelling

Banyaknya program acara *travelling* mendukung terciptanya aplikasi *traveling* untuk memudahkan persiapan perjalanan liburan dalam gengaman tangan. Aplikasi *travel* bisa membantu mendapatkan tiket penerbangan murah dan hotel murah, serta mencari tempat makan yang enak dan murah. Terutama bila berencana ke luar negeri, sejumlah aplikasi wajib dimiliki. Beberapa aplikasi tersebut diantaranya :

Tabel 3. Daftar Aplikasi *Traveling*  
(Sumber: Anastasia Rosi, 2018)

Tahun	Aplikasi
2002 - Sekarang	<i>TripAdvisor</i>
2003 - Sekarang	<i>Trip.com</i>
2005 - Sekarang	<i>Agoda, Traveloka, dan Trivago</i>
2008 - Sekarang	<i>AirBnB</i>
2010 - Sekarang	<i>Gojek</i>
2011 - Sekarang	<i>Tiket.com, dan Pegi-Pegi</i>
2014 - Sekarang	<i>PackPoint</i>
2015 - Sekarang	<i>Airy, RedDoorz</i>
2017 - Sekarang	<i>App In The Air</i>



Gambar 26. Logo Aplikasi Traveloka  
(sumber: <https://technology.inquirer.net/files/2017/09/Traveloka.png>, diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 12.35 WIB )

*Traveloka* adalah perusahaan yang menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat dan hotel. *Traveloka* didirikan pada tahun 2012 oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma, dan Albert Zhang. *Traveloka* berfungsi sebagai mesin pencari

untuk membandingkan harga tiket pesawat dari berbagai situs lainnya. Pada pertengahan tahun 2013 *Traveloka* kemudian berubah menjadi situs reservasi tiket pesawat dimana pengguna dapat melakukan pemesanan disitus resminya. Pada bulan maret 2014, Ferry Unardi menyatakan bahwa *Traveloka* akan segera masuk ke bisnis reservasi kamar hotel.



Gambar 27. Logo Aplikasi PackPoint  
(sumber: <https://twitter.com/packpnt>, diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 12.40 WIB )

*PackPoint* merupakan aplikasi yang memiliki fungsi yang unik, yaitu membantu menyiapkan barang-barang yang hendak dibawa selama perjalanan. *Packpoint* akan membuat jauh lebih mudah ketika membuat profil perjalanan dan memberitahu aplikasi apa perjalanan itu, dimana, akan pergi kapan, dan berapa lama anda akan tinggal. *Packpoint* juga menyimpulkan hal-hal penting seperti perkiraan cuaca. Jadi tinggal menentukan mana yang akan kita bawa sesuai kebutuhan. Aplikasi ini dibuat pada tahun 2014.



Gambar 28. Logo Aplikasi Tiket.com

(sumber: [https://cdn-images-1.medium.com/max/1600/1\\*wqszIaQTpUABbMZN7bNSyg.jpeg](https://cdn-images-1.medium.com/max/1600/1*wqszIaQTpUABbMZN7bNSyg.jpeg), diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 12.43 WIB)

*Tiket.com* merupakan aplikasi paling populer untuk urusan perjalanan. Menangani dari mulai mencari tiket pesawat, tiket kereta, hotel, sampai persewaan mobil. *Tiket.com* juga menyediakan tiket konser, tiket atraksi, tiket hiburan dan tiket event yang berbasis di Jakarta, Indonesia. *Tiket.com* bagaikan supermarket saat *travelling*. Apalagi dengan berbagai informasi promo didalamnya. *Tiket.com* juga melayani pembayaran dengan berbagai cara, mulai dari transfer bank, Atm, dan kartu kredit. Aplikasi ini dibuat pada tahun 2011.



Gambar 29. Logo Aplikasi App in The Air  
(sumber: <https://apprecs.org/ios/images/app-icons/256/e1/527299553.jpg>, diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 12.48 WIB)

*App in The Air* merupakan aplikasi yang cukup unik. Fungsi utamanya adalah melihat jadwal pesawat dalam waktu sebenarnya. Jadi bisa melihat apakah pesawat yang dinaikki terlambat atau tidak. Yang menarik dari aplikasi ini juga bisa melihat informasi pesawat di bandara bersangkutan (terminal dan gerbang berapa). Aplikasi ini dibuat pada tahun 2017.



Gambar 30. Logo Aplikasi AirBnB  
(sumber: [https://pbs.twimg.com/profile\\_images/933355420273561600/MK2kc5uD\\_400x400.jpg](https://pbs.twimg.com/profile_images/933355420273561600/MK2kc5uD_400x400.jpg), diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 12.52 WIB)

*AirBnB* merupakan aplikasi alih-alih hotel. *AirBnB* menawarkan pencairan rumah, baik itu guest house atau semacam kos, di berbagai kota dunia. Jadi bisa melihat berbagai rumah inap dengan berbagai harga yang menyesuaikan dengan dana. Kalau sudah cocok bisa dengan mudah mengontak sang pemilik rumah. Aplikasi ini dibuat pada tahun 2008.



Gambar 31. Logo Aplikasi TripAdvisor  
(sumber: [https://pbs.twimg.com/profile\\_images/869655533468385284/5ehIaQUV\\_400x400.jpg](https://pbs.twimg.com/profile_images/869655533468385284/5ehIaQUV_400x400.jpg), diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 12.56 WIB)

*TripAdvisor* merupakan situs wisata terbesar di dunia yang membantu wisatawan dalam merencanakan dan memesan perjalanan wisata. *TripAdvisor* dapat memberikan rekomendasi tentang hotel, resort, penginapan, liburan, paket perjalanan, penerbangan, penyewaan tempat berlibur dan banyak lagi lainnya. Dengan aplikasi ini kita bisa melihat berbagai tempat wisata dan restoran beserta *rating* dan *review* dari pengunjungnya. Aplikasi ini dibuat pada tahun 2002.





Gambar 32. Logo Aplikasi Go-jek  
(sumber: [https://pbs.twimg.com/profile\\_images/1049949361252122625/uukyTdz\\_400x400.jpg](https://pbs.twimg.com/profile_images/1049949361252122625/uukyTdz_400x400.jpg), diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.00 WIB)

*Go-Jek* merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Dengan menggunakan aplikasi *Go-Jek* anda dapat memesan *Go-Jek* driver untuk mengakses semua layanan ini. Dengan cara masukkan alamat yang dituju untuk mengetahui biaya penggunaan layanan. *Go-Jek* memiliki pilihan layanan lebih banyak. Tidak hanya berpergian, tetapi juga bisa memesan makanan atau hal lain. Aplikasi ini menyediakan layanan *Go-Food* atau *Go-Mart*. Aplikasi ini dibuat pada tahun 2010.



Gambar 33. Logo Aplikasi Pegi-Pegi  
(sumber: <https://www.pegipegi.com/team/contact.html>, diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.05 WIB)

*Pegi-peg* merupakan aplikasi yang melayani pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api. *Pagi pegi* membantu mengelola liburan atau perjalanan bisnis masyarakat Indonesia. *Pegi-peg* menggunakan metode pembayaran mulai dari kartu kredit, transfer bank, ATM, *internet banking*, dan pembayaran tunai di indomaret. Aplikasi ini dibuat pada tahun 2011.



Gambar 34. Logo Aplikasi Agoda  
(sumber:[https://jurnalapps.co.id/assets/img/content/1511700264\\_agoda.jpg](https://jurnalapps.co.id/assets/img/content/1511700264_agoda.jpg), diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.10 WIB)

*Agoda* merupakan salah satu aplikasi pemesanan perjalanan online yang berkembang paling pesat di dunia. Perusahaan yang didirikan pada tahun 2005 berkembang dengan cepat di Asia dan diambil alih oleh penyedia pemesanan kamar online terbesar di dunia. Kantor utama *Agoda* berada di Singapura dengan 53 kantor cabang dikota-kota besar yang ada di 30 negara dan memiliki lebih dari 3700 karyawan diseluruh dunia. *Agoda* menyediakan lebih dari 2 juta properti akomodasi, termasuk apartemen, villa, rumah dan hotel dan didukung lebih dari

15 juta ulasan dari wisatawan.<sup>34</sup> Jadi tak perlu khawatir ketika ingin *travelling* kemana saja karena sudah ada aplikasi *travel* yang memudahkan untuk memesan tiket pesawat, kereta, kamar hotel, dan lain-lain.



Gambar 35. Logo Aplikasi Trivago  
(sumber: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/trivago\\_logo\\_new.png](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/trivago_logo_new.png), diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.15 WIB)

*Trivago* merupakan sebuah perusahaan yang berasal dari Jerman, didirikan pada tahun 2004, dan pertama kali diluncurkan pada tahun 2005. *Trivago* telah beroperasi lebih dari 52 negara di seluruh dunia. *Trivago* menyajikan penawaran online kepada pengguna dengan tujuan untuk memberikan perbandingan penawaran yang sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan.<sup>35</sup>

<sup>34</sup> <https://www.agoda.com/id-id/info/about-agoda.html?cid=-218> diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 12.48 WIB

<sup>35</sup> <https://jurnalapps.co.id/trivago-agregator-pencarian-penginapan-hotel-yang-ringkas-12703/amp> diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 12.55 WIB



Gambar 36. Logo Aplikasi Airy Rooms  
(sumber: <https://medium.com/@ariessantoso/berawal-dari-airy-rooms-menjadi-airy-indonesia-cecd749915f7>, diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.20 WIB)

*Airy rooms* memulai perjalanannya pada tahun 2015.<sup>36</sup> *Airy rooms* merupakan salah satu perusahaan teknologi yang mengelola kamar-kamar berkualitas diseluruh Indonesia. Seluruh hotel di Indonesia bekerjasama dibawah Brand *Airy rooms*. Konsep tersebut merupakan virtual hotel operator.



Gambar 37. Logo Aplikasi RedDoorz  
(sumber: <https://phinemo.com/logo-rd-square-2/>, diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.25 WIB)

---

<sup>36</sup> <https://jurnalapps.co.id/airyrooms-agregator-pencarian-penginapan-hotel-yang-ringkas-12703/amp> diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.00 WIB

*RedDoorz* berdiri pada tahun 2015. *Reddoorz* telah bekerjasama dengan lebih dari 500 hotel yang tersebar di Singapura, Filipina dan Indonesia. Di Indonesia *RedDoorz* telah hadir di 16 kota.<sup>37</sup> *RedDoorz* mampu bersaing dengan aplikasi tiket online yang lainnya.



Gambar 38. Logo Aplikasi Trip.com  
(sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.trip.english&hl=in>, diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.28 WIB)

*Trip.com* menyediakan layanan pemesanan perjalanan dalam satu aplikasi dengan 16 bahasa melalui situs web dan aplikasi mobile. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2003. *Trip.com* bekerjasama lebih dari 1.200.000 hotel di 200 negara dan wilayah.<sup>38</sup> *Trip.com* membangun jaringan hotel yang luas untuk memberikan pilihan akomodasi sesuai kebutuhan pengguna. Selain itu *Trip.com* juga menyediakan layanan pemesanan penerbangan dan kereta.

<sup>37</sup> <https://www.google.com/amp/s/id.techniasia.com/reddoorz-pendanaan-pra-seri-b/amp/> diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.10 WIB

<sup>38</sup> <https://pages.trip.com/about/id-id.html> diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.10 WIB

### **BAB III**

#### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

##### **A. Pelaksanaan *Focused Group Discussion* (FGD)**

Persiapan pelaksanaan *Focused Group Discussion* (FGD) diawali dengan proses penyeleksian komunitas sanggar senam *Damai Line Dance* sebagai informan atau peserta diskusi terfokus memakan kurang lebih 2 minggu sebelum jadwal pelaksanaan *FGD*. Ada 7 orang anggota komunitas sanggar senam *DLD* yang berhasil diminta untuk menjadi informan yang berasal dari latar belakang ibu rumah tangga dan instruktur senam. Peserta tersebut dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, antara lain sudah mengikuti beberapa kali melihat program acara *Weekend List* (WL).

*Focused Group Discussion* (FGD) adalah sebuah upaya yang sistematis dalam pengumpulan data dan informasi. Sebagaimana makna dari *FGD* maka terdapat 3 kata kunci, yaitu : Diskusi –bukan wawancara atau obrolan; kelompok-bukan individual; Terfokus-bukan bebas.<sup>39</sup> Melalui *FGD* akan diperoleh data yang valid mengenai rumusan permasalahan. *FGD* digunakan sebagai metode pengumpulan data karena melalui *FGD* dapat diperoleh data kualitatif yang bermutu dan dalam waktu yang relatif singkat.<sup>40</sup> Teknik ini diterapkan pada anggota sanggar senam *DLD* sebagai penonton acara *WL*, dengan tujuan untuk

---

<sup>39</sup> Irwanto, 2005. Hlm. 1

<sup>40</sup> Irwanto, 2006. Hlm. 5



mendiskripsikan bagaimana pengaruh program acara *WL* terhadap anggota sanggar senam *DLD* dalam menghabiskan waktu luang.

*Focused Group Discussion* (FGD) digunakan sebagai metode penelitian, dimana dalam pelaksanaannya memerlukan beberapa perencanaan dan persiapan yang matang. Beberapa persiapan yang dilakukan sebelum pelaksanaan *FGD* yaitu membentuk tim, memilih dan mengatur tempat, menyiapkan logistik, menentukan jumlah informan, dan rekrutmen informan. Proses pertama adalah pembentukan tim dalam pelaksanaan *FGD*. Tim dalam *FGD* mencakup moderator, pencatat proses atau notulen, penghubung informan, penyedia logistik, dan dokumentasi.

Peneliti menjadi moderator jalannya kegiatan *FGD* dan mengatur mengenai pengaturan waktu, fokus diskusi agar tetap terarah, dan jika ada pertanyaan penelitian yang belum terjawab dan memberikan kesempatan berpendapat kepada informan *FGD*. Peneliti juga menjadi pencatat proses atau notulen, penghubung informan dan penyedia logistik. Penghubung informan yaitu orang yang mengenal informan, menghubungi dan memastikan partisipasi informan. Menghubungi informan *FGD* menggunakan media elektronik yaitu *WhatsApp*. Penyedia logistik juga di rangkap oleh peneliti yang bertugas membantu kelancaran *FGD* berkaitan dengan kebutuhan konsumsi dan alat dokumentasi. Keperluan logistik untuk menunjang kegiatan *FGD* juga telah dipersiapkan meliputi konsumsi, alat tulis, dan dokumentasi. Peralatan tulis dibutuhkan agar saat proses *FGD* informan maupun tim *FGD* dapat menuliskan catatan selama proses *FGD* berlangsung. Peralatan dokumentasi menggunakan

kamera digital. Kamera digunakan untuk keperluan dokumentasi berupa foto sebagai arsip untuk lampiran dalam laporan skripsi ini. Peneliti merangkap tugas ini untuk meminimalisir jumlah tim sehingga pelaksanaan *FGD* lebih efisien.

Tempat pelaksanaan *FGD* dipilih di sanggar senam dikarenakan lokasi mudah dijangkau dan banyak anggota yang berkumpul disana setelah melakukan aktifitas yaitu senam, mudah dijangkau dan dekat dengan rumah peserta disamping itu mempunyai ruangan yang nyaman, aman, terdapat pendingin ruangan, bebas dari gangguan, dan memiliki fasilitas guna menunjang kelancaran diskusi sehingga diharapkan para peserta *FGD* bisa mengeluarkan pendapat mereka secara bebas guna mendukung kelancaran proses terlaksananya *FGD*.

Setelah tempat untuk pelaksanaan *FGD* ditetapkan maka dipersiapkan peralatan pendukung untuk memaksimalkan jalannya *FGD*. Peralatan yang digunakan antara lain: laptop, digunakan untuk memutar program *Weekend List*, kamera 600D digunakan untuk mengambil dokumentasi kegiatan *FGD*, dan 2 buah Handphone sebagai alat perekam suara.

*Focused Group Discussion* (*FGD*) dilakukan guna memperoleh opini dan pendapat anggota sanggar senam *DLD* tentang pengaruh program acara dalam tayangan *WL* Setiap informan mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam memandang dan memaknai sebuah program. Pengaruh dalam memaknai sebuah program dapat mempengaruhi berbagai faktor misal: faktor sosial, bidang pengalaman dan kerangka berfikir dari audiens itu sendiri. Penelitian ini melihat bagaimana pengaruh program acara *Weekend List* (*WL*) terhadap anggota sanggar

senam *DLD* dalam menghabiskan waktu luang. Sudut pandang dalam penelitian ini digunakan untuk pengaruh program tersebut.

*FGD* dilaksanakan pada tanggal 31 Mei 2019 yang dilaksanakan di Sanggar Senam dengan seorang moderator yang memimpin jalannya *FGD*. Metode *Focused Group Discussion* (*FGD*) dipilih dalam proses pengumpulan data karena melalui *FGD* dapat diperoleh data kualitatif yang bermutu dan relatif singkat. *Focused Group Discussion* sendiri bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh program acara *WL* terhadap komunitas sanggar senam *DLD* dalam menghabiskan waktu luang.

Pada hari pelaksanaan, bersama dengan beberapa teman mempersiapkan kelengkapan yang akan digunakan untuk kegiatan *FGD* mulai dari pengecekan semua alat, konsumsi untuk para peserta *FGD* dan tempat yang sudah tertata rapi. Para peserta *FGD* mulai datang kurang lebih 13.30 WIB di sanggar senam. Kegiatan kelompok diskusi dimulai kurang lebih 15.00 WIB setelah semua peralatan sudah dipersiapkan dan para peserta *FGD* telah hadir.



Gambar 39. Foto Peneliti saat memberikan sambutan  
(sumber: dokumentasi Veroo, 2019)

Kegiatan *FGD* ini dimulai dengan sambutan dari peneliti selaku moderator, ucapan selamat datang dan ucapan terima kasih atas kehadiran peserta diminta untuk menyaksikan cuplikan program acara *Weekend List* (WL) bersama-sama, hal ini dilakukan untuk mengingatkan kembali para peserta pada program tayangan yang diteliti. Berdasarkan pengamatan yang sudah dilakukan terhadap program acara WL. Dari Pengamatan penulis selama bulan oktober terhadap program acara WL setiap episode memiliki tempat wisata atau *hangout* yang berbeda beda dalam pembagian segmen, salah satu segmennya menyuguhkan tempat wisata yang menarik yang pas untuk dikunjungi. Dalam penelitian ini memilih dua episode yang menarik seperti tempat wisata dan tempat *hangout* yang lagi *hitz* karena fokus penelitian ini pada bagaimana pengaruh program terhadap penonton.

Moderator menyampaikan latar belakang permasalahan penelitian sebelum kegiatan diskusi dimulai. Selanjutnya moderator mengajukan pertanyaan pertama

untuk membuka diskusi yaitu tentang tayangan program acara WL. Para informan memberikan jawaban yang beragam dalam pertanyaan ini



Gambar 40. Foto Suasana Pelaksanaan FGD  
(sumber: dokumentasi Veroo, 2019)

Pertanyaan selanjutnya dikembangkan oleh moderator dengan melihat arahan diskusi dari peserta *FGD* itu sendiri. Suasana yang tercipta pada awal diskusi ini sedikit tegang kemudian mulai mencair ketika ada jawaban dari beberapa peserta yang mengundang tawa sehingga bisa mencairkan suasana. Para peserta saling memberikan tanggapan dan tambahan atas pertanyaan yang ada dalam satu topik masalah.

Pelaksanaan *FGD* berjalan cukup lancar, sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam diskusi ini banyak yang sependapat dan merasa terpengaruh adanya tayangan *Weekend List* (WL) dengan berbagai pendapat nya masing-masing. *FGD* berlangsung kurang lebih 2 jam yang berakhir pada pukul 17.00 WIB. Acara ini ditutup oleh moderator dengan mengucapkan terima kasih kepada peserta atas kesediannya untuk hadir dalam forum *FGD* ini, dengan topik pembahasan pengaruh program *Weekend List* di NET. terhadap komunitas



sanggar senam *Damai Line Dance* dalam menghabiskan waktu luang. Kendala dalam proses *Focused Group Discussion* (FGD) adalah selama mengumpulkan informan untuk melaksanakan *FGD* ini susah untuk menyatukan waktu, karena adanya keperluan yang mendadak.

### **B. Hasil Analisis Pengaruh Program *Weekend List* Di NET. Terhadap Komunitas Sanggar Senam *Damai Line Dance* Dalam Menghabiskan Waktu Luang.**

Data penerimaan audien terhadap program acara *Weekend List* (WL) diperoleh dari hasil *Focused Group Discussion* (FGD) yang telah dilaksanakan. Peserta yang dipilih adalah anggota komunitas sanggar senam *DLD* ada beberapa anggota yang tidak terpilih karena tidak sesuai dengan kriteria.

Sebelum menggali jawaban dari setiap peserta mengenai pengaruh program *Weekend List* berkaitan dengan 3 bahasan utama yang telah disiapkan, maka perlu diperoleh informasi mengenai pemahaman peserta terhadap acara WL. Selain itu dari informasi tersebut dapat diketahui seberapa besar minat dan ketertarikan audiens terhadap program acara ini serta penampilan *host* yang menarik pada program acara tersebut. Berdasarkan informasi yang diperoleh pada saat melaksanakan kegiatan *FGD* maupun dalam kesempatan lain di luar kegiatan *FGD* terdapat bermacam-macam pemahaman mengenai program acara *Weekend List* yang ditayangkan di NET.



Isi pesan yang disampaikan oleh sebuah program acara yang ditayangkan di televisi dapat dibaca dan dimaknai oleh audien secara berbeda-beda. Pola pemahaman dan pemaknaan yang berbeda dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu pendidikan, latar belakang sosial psikologis, usia, pekerjaan, jenis kelamin. Faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi kerangka berfikir audiens sehingga dalam kenyataan dapat terjadi pengaruh terhadap satu tayangan yang sama. Pengaruh Program *Weekend List* di NET. terhadap Komunitas Sanggar Senam *DLD* dalam menghabiskan waktu luang inilah yang menjadi fokus untuk analisis selanjutnya. Informasi berkaitan dengan topik tersebut digali lebih lanjut melalui kegiatan *FGD*.

Setelah melaksanakan *FGD* dilakukan analisis terhadap hal apa saja yang sudah disampaikan para informan. Hal ini terlihat dari pernyataan masing-masing peserta yang disampaikan dalam kegiatan *FGD*. Topik *FGD* yang sudah ditentukan sebelumnya menjadi dasar penentuan dan mengelompokkan kategori analisis terkait pengaruh program *Weekend List* terhadap komunitas sanggar senam *DLD* dalam menghabiskan waktu luang.

Dalam penelitian ini gaya hidup yang dijalani seseorang, dengan demikian melibatkan keseluruhan diri orang itu dan seperangkat peralatan tertentu. Gaya hidup merupakan hasil interaksi yang intens antara orang yang menjalankannya dan peralatan yang digunakan, hasil interaksi antara subjek dan objek itu berlangsung didasari oleh serangkaian asumsi dan aturan tertentu. Dalam konteks masyarakat tertentu, rangkaian asumsi dan aturan itu adalah sikap, nilai, dan norma dari kelompok sosial tempat orang terlibat dalam kesehariannya. Dapat

dipahami pula bahwa gaya hidup juga di pengaruhi oleh keterlibatan seseorang dalam kelompok sosial, dari seringnya berinteraksi dan menanggapi pelbagai stimulus di sana. Gaya hidup dipengaruhi dan memengaruhi lingkungan sosial dan fisik.<sup>41</sup> Pierre Bourdieu, didalam *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* menjelaskan gaya hidup didalam konteks sosial yang lebih luas. Ia melukiskan gaya hidup sebagai sebuah ruang, atau tepatnya ruang gaya hidup, yang bersifat plural, yang didalamnya anggota kelompok sosial membangun semacam kebiasaan sosial mereka.<sup>42</sup>

Penulis menemukan bahwa ada gaya hidup yang berubah terhadap anggota komunitas *DLD*, terlihat dari pendapat yang dikemukakan oleh Dewi Kunthi (49 tahun) yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Berikut kutipan pendapat yang disampaikan :

"Iyaa. Acaranya menarik mbak, bikin kepengen terus penasaran cari-cari tempat yang temanya sama, semenjak menonton *Weekend List* kami jadi sering melakukan *travelling* bersama atau sekedar jalan jalan gitu mbak".

Menurut pernyataan dari informan bahwa tayangan *WL* membuat informan penasaran sehingga mempunyai keinginan untuk berkunjung ke suatu tempat yang temanya seperti pada program acara *WL*. Gaya hidup yang dulunya biasa saja, tidak pernah terfikirkan untuk melakukan *travelling* menjadi ingin melakukan

---

<sup>41</sup> Bagus Takwin, *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra. 2006. Hlm 38.

<sup>42</sup> Yasraf Amir Piliang, *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra. 2006. Hlm 82

*travelling* bersama setelah menonton program acara tersebut. Setelah menonton tayangan *WL* mereka jadi mempunyai referensi tempat wisata/ tempat *hangout*.

### **1. Perilaku konsumen**

Dalam pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan objek vital dalam memprediksi perilaku. Mengetahui bagaimana perubahan respon serta *feedback* yang terjadi pada diri konsumen bergantung pada dua hal; pertama mengenai pengaruh dan karakteristik konsumen dalam menerima suatu stimulus dari seorang pemasar.<sup>43</sup> Dalam penelitian ini, pengaruh program acara *Weekend List* (*WL*) terhadap komunitas *DLD* menjadi objek penelitian. Adanya perilaku konsumen merupakan proses yang melibatkan gagasan atau pengalaman seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan perjalanan mereka. Definisi di atas menggambarkan bahwa wisatawan sebagai konsumen juga di pengaruhi oleh produk/jasa yang ditawarkan oleh situs wisata tertentu. Dengan kata lain, tayangan program acara *WL* memberikan referensi tempat *hangout* yang menarik untuk dikunjungi, ditunjang oleh pengalaman wisatawan sarana dan prasarana, serta penunjang yang dapat memuaskan kebutuhan wisata alam konsumen.

### **2. Faktor Budaya**

Budaya memainkan peran penting dan mendalam dalam pembentukan perilaku pengaruh tayangan televisi. Kebudayaan sebagai seperangkat nilai-nilai, kepercayaan, kebiasaan, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh masyarakat

---

<sup>43</sup> Andi Faisal Bahari.2018. Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata, *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi*, Vol.5 No.1

sekitar, dari keluarga atau lembaga formal lainnya sebagai sebuah pedoman perilaku. Aspek Eksternal ini menjadi faktor penentu yang paling mendasar dari segi keinginan dan perilaku seseorang karena menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Dalam faktor kebudayaan meliputi budaya, subbudaya dan kelas sosial.

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Budaya berawal dari kebiasaan. Budaya merupakan suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk system agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Budaya yang berkembang di suatu tempat sangatlah berbeda dengan tempat lain.

Masing-masing budaya terdiri dari Sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub-budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarki dan anggotanya menganut nilai, minat dan perilaku yang serupa.

Dalam Komunitas *DLD*, ada beberapa aspek yang menunjukkan adanya Faktor Budaya yaitu kebiasaan dan keinginan yang dipelajari oleh masyarakat sekitar. Terlihat dari pendapat yang dikemukakan oleh Dewi Kunthi (49 tahun)

yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Berikut kutipan pendapat yang disampaikan :

"Iyaa. Acaranya menarik mbak, bikin kepengen terus penasaran cari-cari tempat yang temanya sama".

Menurut pernyataan dari informan setelah menonton tayangan *Weekend List* (WL) membuat informan penasaran sehingga mempunyai keinginan untuk berkunjung ke suatu tempat yang temanya seperti pada program acara WL, mereka bercerita tentang tayangan tersebut, untuk membahas tempat tempat *travelling* yang ingin mereka kunjungi berikutnya.

### **3. Faktor Sosial**

Faktor sosial merupakan pengaruh dari sekelompok orang yang mempengaruhi seorang individu untuk mengikuti kebiasaannya. Faktor sosial seperti kelompok sosial, keluarga, serta peranan dan status sosial merupakan aspek eksternal yang memstimulasi keputusan konsumen. Kelompok acuan, kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

Dalam Komunitas *DLD*, ada beberapa aspek yang menunjukkan hal terkait adanya faktor sosial yaitu salah satu anggota komunitas *DLD* menonton tayangan *Weekend List* (WL), lalu anggota tersebut bercerita kepada anggota lainnya. Terlihat dari pendapat yang dikemukakan oleh Ayu Puspita (40 tahun) yang berprofesi sebagai Instruktur senam. Berikut Kutipan pendapat yang disampaikan:

"Sering mbak, dulu saya ga pernah menonton, tapi temen temen sering bercerita tentang tayangan *Weekend List*, lalu saya penasaran dan ikut menontonnya"

Menurut pernyataan dari informan bahwa yang dulunya ga pernah menonton tayangan *Weekend List* jadi ikut menontonnya. Hal ini menunjukkan bahwa aspek eksternal menstimulasi pribadi seseorang untuk melakukan kebiasaannya.

#### **4. Faktor Pribadi**

Faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seseorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Perilaku audiens ketika memutuskan untuk berkunjung ke tempat wisata juga tidak dapat dilepaskan dari faktor-faktor kepribadian yang bersangkutan. Faktor tersebut menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh tayangan *WL* untuk berkunjung ke suatu tempat yang telah mereka tentukan.

Dalam penelitian ini penulis menemukan terdapat beberapa aspek yang berhubungan dengan faktor pribadi, terlihat dari pendapat yang dikemukakan oleh Sri Suskandari (45 tahun) yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan Ayu Puspita (40 tahun). Berikut Kutipan pendapat yang disampaikan:

"Itu kan acara *Weekend List* pagi ya mbak, jadi mungkin siang atau sorenya baru berangkat. Nontonnya hari sabtu, minggunya baru ke tempatnya".



Menurut pernyataan dari informan bahwa setelah menonton tayangan *Weekend List* (WL) mereka ingin melakukan *travelling* yaitu dengan berkunjung ke suatu tempat yang mirip dengan tayangan tersebut. Karena pertemuan yang *intens* dengan topik bahasan yang sama, anggota jadi berpengaruh ikut melihat tayangan WL dan menjadi tertarik sehingga mereka ingin melakukan *travelling* atau *hangout* di tempat yang lagi *hitz* atau populer.

### **5. Faktor Psikologis**

Faktor psikologis diperoleh dari sikap, perasaan, persepsi dan perilaku individu yang diperoleh dari pengalaman subyektif seseorang. Penelitian ini secara umum membagi empat faktor internal yang mempengaruhi audiens yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap. Motivasi merupakan suatu penggerak atau dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan dan mencapai suatu tujuan. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh audiens untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Berikutnya, perubahan perilaku audiens yang timbul dari pengalamannya, sehingga saat audiens bertindak pengetahuannya yang timbul dari pengalamannya, sehingga saat audiens bertindak pengetahuannya pun akan bertambah disebut pembelajaran. Terakhir, sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan serta betahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan.

Setelah terbiasa mendengarkan cerita dengan anggota lainnya secara tidak sadar anggota yang jarang menonton tayangan *WL* jadi ikut aktif menonton, terlihat dari pendapat yang dikemukakan oleh Intan Ratna (40 tahun) yang berprofesi sebagai Instruktur senam. Berikut Kutipan pendapat yang disampaikan:

"Lumayan sering mbak, dulu saya juga jarang nonton acara itu mbak, setelah banyak yang membahas acara itu yasudah saya juga ikut-ikut nonton biar bisa ikut nimbrung gitu hehe".

Menurut pernyataan dari informan bahwa setelah terbiasa mendengarkan cerita dengan anggota lainnya secara tidak sadar anggota yang belum pernah menonton atau jarang menonton tayangan *WL* jadi ikut menonton, yang sebelumnya hanya berdiam diri, jadi ikut berbincang-bincang membahas program acara *Weekend List* (WL) dan ikut terlibat melakukan agenda wisata. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perubahan perilaku audiens.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan adanya faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap anggota komunitas *DLD*. Faktor budaya kebiasaan keinginan dan perilaku yang di pelajari oleh masyarakat sekitar, bahwa anggota komunitas *DLD* setelah menonton program acara *Weekend List* (WL) mereka ingin melakukan *travelling*, kebiasaan menonton program acara *WL* membuat mereka jadi ingin melakukan agenda wisata berikutnya yang sedang populer atau yang belum pernah mereka kunjungi. Faktor sosial dalam penelitian ini adanya pengaruh dari sekelompok orang yang mempengaruhi seorang individu untuk mengikuti kebiasaanya, bahwa salah satu anggota

komunitas *DLD* sering membicarakan tayangan tersebut lalu salah satu dari anggota tersebut menjadi ikut menonton supaya bisa mengetahui isi acara pada program acara *WL*. Faktor pribadi dalam penelitian ini adanya perilaku audiens untuk memutuskan berkunjung ke suatu tempat. Setelah mereka menonton program acara *WL* mereka ingin memutuskan tempat tempat mana saja yang ingin mereka kunjungi untuk bisa berfoto foto dan menikmati wisata tersebut. Faktor Psikologis dalam penelitian ini adanya perubahan audiens yang awalnya tidak pernah berfikir untuk *travelling* bersama jadi suka *bertravelling* setelah menonton acara *WL*. Menurut mereka acara tersebut memberikan referensi untuk berkunjung ke suatu tempat yang awalnya bingung mau kemana jadi mempunyai referensi tempat untuk berwisata atau *hangout*.

Berdasarkan hasil *FGD* yang dilaksanakan, dalam pembahasan mengenai pendapat tentang pengaruh program acara *WL*, tujuh peserta telah menyampaikan argumennya dengan alasan masing-masing sesuai dengan latar belakang dan pengalaman sendiri-sendiri. Sebagian dari penelitian ini memberikan persepsi yang positif, memiliki perhatian, penafsiran, dan pengetahuan terhadap tayangan *Weekend List*. Seperti pendapat dari Anjani (43 tahun) yang berprofesi sebagai instruktur senam. Berikut pernyataan informan sebagai berikut ini :

"kalau pendapat saya acara *Weekend List* setiap minggunya selalu bagus mbak tempat-tempatnya"

Menurut pernyataan dari informan bahwa tayangan *WL* setiap minggunya menyajikan tempat-tempat yang bagus dan *content* acaranya menarik. Dalam

kegiatan diskusi ini seluruh informan dapat meyalurkan pendapat tanpa ada perbedaan sosial. Kegiatan ini menjadi media yang tepat dalam menyampaikan kebebasan dalam berpendapat.

Kemudian menurut pendapat Intan Ratna (40 tahun) yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Berikut pernyataan informan sebagai berikut :

“Kalau gaya pakaiannya, kadang juga saya tiru, mbak. *Host*nya lebih sering pakai baju yang keliatan rame karna motif, terus warnanya yang mencolok, jadi kalau menurut saya terlihat menarik dan *stylish* gitu mbak”

Menurut pernyataan dari informan menyatakan bahwa penampilan *host* menarik, cocok, dan sesuai dengan tema sehingga terlihat kompak dan *stylish*. *Host* juga dinilai memiliki kecerdasan yang baik, terlihat dari cara penyampaian pesan yang mudah diterima oleh audiens. Audiens juga menerima sikap *host* yang supel, lucu, dan kompak.

Selanjutnya menurut pendapat Eko Wijaya (57 tahun) yang berprofesi sebagai Owner *Damai Line Dance*. Berikut pernyataan informan sebagai berikut:

“Jadi inget dulu pernah pertama kali saya lihat acara *Weekend List*, ada tempat bagus di daerah Bandung, seminggu kemudian saya langsung pesen tiket buat ke Bandung”

Menurut pernyataan dari informan menyatakan bahwa program acara *WL* memberikan referensi tempat-tempat yang sedang populer dan dikemas secara mendetail sehingga informan jadi ingin berkunjung ke tempat tersebut.

Seperti pendapat dari Ni Wayan (46 tahun) yang berprofesi sebagai Ibu rumah tangga. Berikut pernyataan informan sebagai berikut:

“Lebih sering ke tempat-tempat yang unik gitu ya mbak, jadi keliatan seru dan terkesan menarik. Banyak spot fotonya.

Menurut pernyataan dari informan bahwa lebih suka berkunjung ke tempat-tempat yang terkesan unik. Sehingga audiens menilai tayangan tersebut sangat menarik.

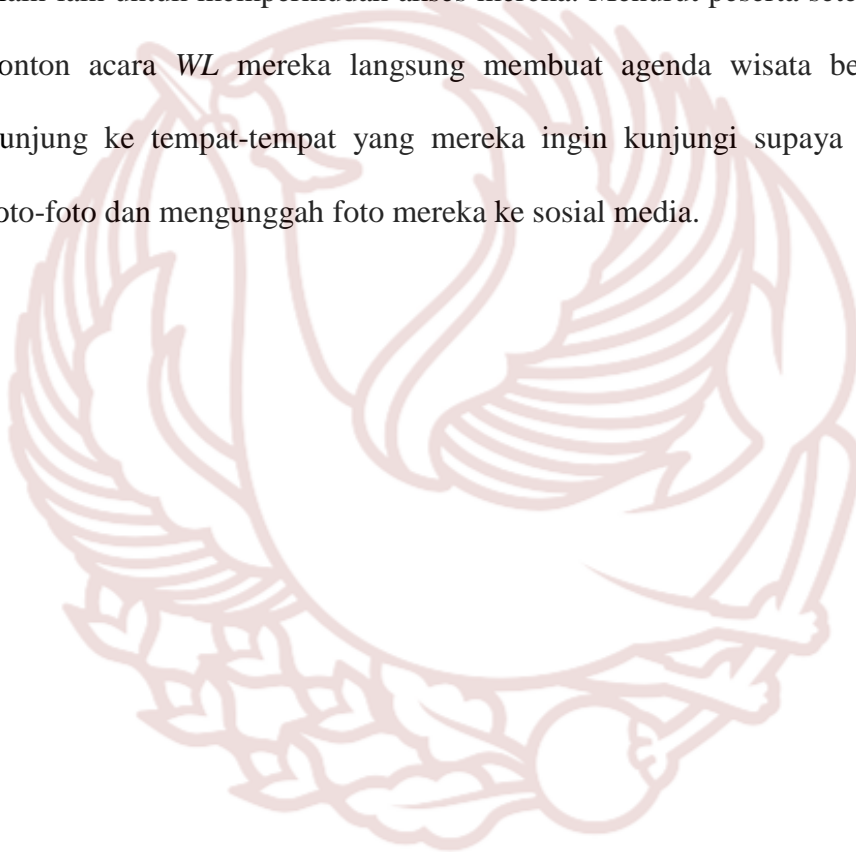
Lalu selanjutnya pendapat Eko wijaya (57 tahun) dan Sri Suskandari (45 tahun) yang berprofesi sebagai rumah tangga. Berikut pernyataan informan :

“Lha ini hlo mbak kalo kita mau jalan jalan biasanya aku ngecek dulu di aplikasi, biasanya aku pakai traveloka, pegi-peggi, dan Gojek gitu mbak. Saya juga mbak dari pada beli tiket mahal mending lewat aplikasi online lebih murah

Pernyataan yang disampaikan oleh ibu Eko Wijaya, bahwa ketika ingin melakukan *travelling* biasanya mereka mengecek aplikasi untuk mempermudah akses supaya perjalanan wisata berjalan dengan lancar. Selain itu menurut Sri Suskandari memesan tiket lewat aplikasi *online* lebih ekonomis.

Berdasarkan pernyataan peserta, dapat di analisis bahwa peserta sangat menikmati acara *Weekend List* (WL). Program *Weekend List* membuktikan bahwa komunitas sanggar senam *DLD* sangat berpengaruh dengan gaya hidup. Setelah mereka menonton program WL mereka jadi ingin berpergian ke tempat

tersebut atau yang mirip dengan destinasi tersebut. Hal ini program acara *WL* sangat bermanfaat untuk ditayangkan di televisi, karena program acara *WL* memberikan referensi yang semula bingung mau pergi kemana jadi mempunyai referensi. Selain itu audiens juga lebih mudah memilih tempat wisata karena adanya aplikasi travel yang sudah merakyat, seperti *Agoda*, *Traveloka*, *Tiket.com* dan lain-lain untuk mempermudah akses mereka. Menurut peserta setelah mereka menonton acara *WL* mereka langsung membuat agenda wisata bersama dan berkunjung ke tempat-tempat yang mereka ingin kunjungi supaya bisa untuk berfoto-foto dan mengunggah foto mereka ke sosial media.





## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis *FGD* yang telah dilaksanakan mengenai bagaimana gaya hidup anggota komunitas sanggar senam *DLD* dalam menghabiskan waktu luang yang dipengaruhi oleh program acara *Weekend List*. Peserta menyatakan bahwa *Weekend List* (WL) memberikan pengaruh yang positif. Pengaruh positif antara lain merekomendasikan tempat-tempat yang unik dan menarik untuk dikunjungi, mempunyai banyak referensi untuk melakukan wisata atau *hangout* bersama, menghabiskan waktu luangnya dengan *bertravelling* setelah melakukan kegiatan senam. Audiens menyatakan bahwa tempat makan atau tempat wisata pada program acara WL sangat *instagramable*.

Destinasi-destinasi yang ditayangkan tersebut mengubah gaya hidup audiens. Audiens menjadi lebih sering mengagendakan untuk berpergian ke destinasi-destinasi tersebut ataupun destinasi yang hampir mirip. Audiens juga lebih mudah memilih tempat wisata karena adanya aplikasi travel yang sudah merakyat, seperti *Agoda*, *Traveloka*, *Pegi-peg*, dan lain-lain. Secara berkala audiens merencanakan untuk pergi bersama dengan anggota sanggar senam. Mereka biasanya berkumpul se usai latihan senam untuk membahas agenda wisata mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi audiens meliputi Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis. Program acara *Weekend List*

(WL) memiliki peranan yang cukup besar bagi audiens di sanggar senam, karena menyajikan *content* mengenai *travelling* atau tempat-tempat yang lagi populer dari yang sebelumnya tidak pernah terpikir untuk berwisata menjadi ada keinginan untuk berwisata. Audiens menjadi lebih akrab satu sama lain dengan cara berwisata bersama.

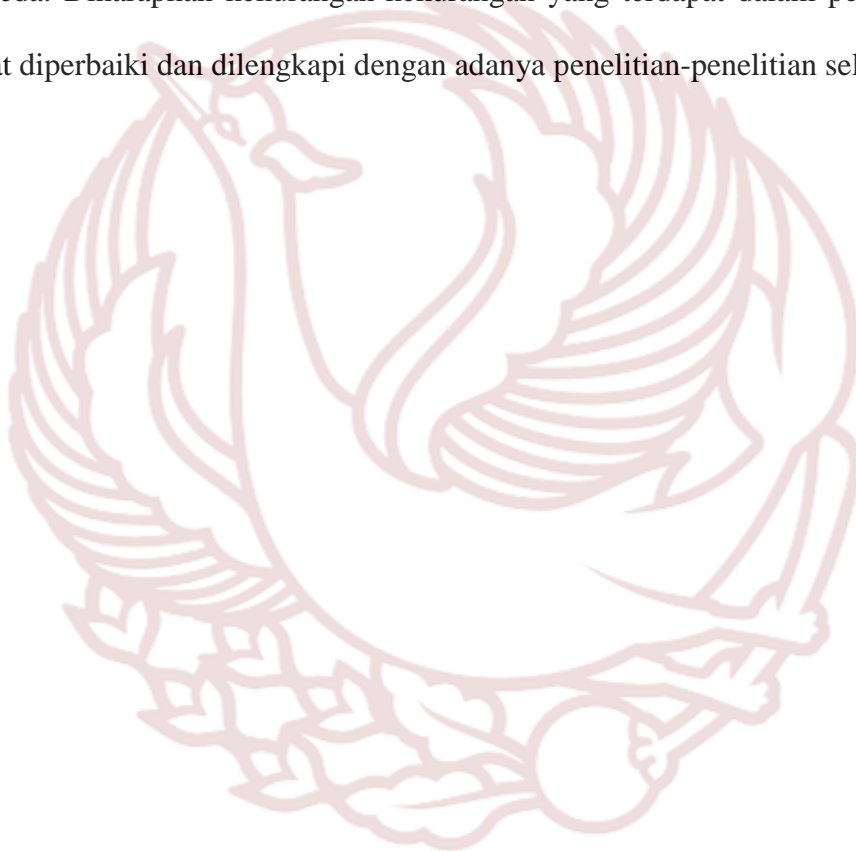
## B. SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran dan masukan untuk peneliti selanjutnya yang akan mengkaji pengaruh audiens terhadap sebuah program televisi, yaitu :

1. Pahami materi permasalahan dan miliki gambaran hasil akhir pelaporan sebelum memulai diskusi, sehingga pertanyaan-pertanyaan yang diajukan akan lebih terfokus dan runtut.
2. Pahami teori-teori yang digunakan sebagai landasan pemikiran.
3. Aturlah jadwal secara terstruktur setiap proses dan kelola waktu dengan baik sehingga ketelitian penelitian dapat terjaga dengan baik.

Penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dalam membahas pengaruh program acara televisi. Kesalahan yang terjadi dalam penelitian ini adalah proses pelaksanaan FGD yang kurang dipersiapkan dengan baik.

Berdasarkan hal tersebut diharapkan adanya tindak lanjut dari peneliti lain dalam pembahasan pengisi acara dari aspek lainnya dengan lingkup audiens yang lebih luas, dan karakteristik audiens yang lebih beragam. Dengan demikian penelitian ini, semoga kedepannya dapat terus dikembangkan dengan menggunakan teori dan metode lain baik dengan objek yang sama maupun berbeda. Diharapkan kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini dapat diperbaiki dan dilengkapi dengan adanya penelitian-penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Alfathri adlin. 2006. *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Burhan Bungin. 2003. *Analisis Penelitian Data Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Terj. Nuraeni. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Featherstone, Mike. 2011: *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage Publications.
- H.B Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Imam Gunawan. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif Teori & Praktek*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Irwanto. 2006. *Focused Group Disscussion*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran I: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prenhallindo.
- Morrison. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Morrison. 2013. *Management Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nawiroh Vera. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen)*. Jakarta: Kencana

Ujang Surmawan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Terapannya dalam Pemasaran)*. Bogor :Ghalia Indonesia

### **Sumber Skripsi :**

Nidiyah Pratiwi, “Pengaruh Menonton Program Acara *The Project Home & Decor* Di Trans TV Terhadap Tingkat Kepuasan Penonton Wanita Di Lingkungan 1 Kelurahan Pengajaran Teluk Betung Utara Bandar Lampung” Skripsi S-1 Universitas Lampung, 2017.

Bintang Nur Alend Harahap, “Pengaruh Menonton Program Acara *Sarah Sechan* di NET. Terhadap Gaya Hidup" Skripsi S-1 Universitas Telkom, 2016.

Mikhael Bagus Wirawan, “Penerimaan Mahasiswa Program Studi Televisi dan Film FSRD ISI Surakarta sebagai penikmat film terhadap unsure daya tarik star system pada film *Comic 8*” Skripsi S-1 Institut Seni Indonesia Surakarta, 2015.

.

### **Jurnal**

Andi Faisal Bahari. 2018. Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata, *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi*, Vol.5 No 1, (<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/minds/article/view/4839> diakses 22 Juli 2019).

### **Internet**

Instagram, diakses pada 18 Maret 2018

<https://sosiologibudaya.wordpress.com/2013/05/22/budaya-konsumen-3/> diakses pada tanggal 22 mei 2018, pukul 21.50 WIB

<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-kelas-sosial/14005> diakses pada tanggal 22 mei 2018, pukul 23.00 WIB

[http://eprints.undip.ac.id/9820/1/POSMODERNISME\\_DAN\\_BUDAYA\\_KONSUMEN.doc](http://eprints.undip.ac.id/9820/1/POSMODERNISME_DAN_BUDAYA_KONSUMEN.doc) diakses pada tanggal 22 Mei 2018, pukul 21.55 WIB

<https://cdn2.boombastis.com/wp-content/uploads/2017/10/Jelajah.jpg>, 2018

<http://jalan2.com/forum/topic/21603-program-tv-lokal-tentang-petualangan-yang-legendaris/> diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 11.40 WIB

<https://www.trans7.co.id/programs/ragam-indonesia> diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.13 WIB

<https://www.trans7.co.id/programs/detektif-rasa> diakses pada tanggal 19 november 2018, pukul 12.08 WIB

<https://www.agoda.com/id-id/info/about-agoda.html?cid=-218> diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 12.48 WIB

<https://pages.trip.com/about/id-id.html> diakses pada tanggal 25 november 2018, pukul 13.10 WIB

### **Narasumber/Informan**

Sri Anjani. 43 tahun. Karanganyar. Instruktur Senam.

Ni Wayan. 46 tahun. Karanganyar. Ibu Rumah Tangga.

Intan Ratna Sari. 40 tahun. Karanganyar. Instruktur Senam

Sri Suskandari. 45 tahun. Karanganyar. Ibu Rumah Tangga

Dewi Kunthi. 49 tahun. Karanganyar. Ibu Rumah Tangga

Eko Wijaya (cik tin). 57 tahun. Karanganyar. Ibu Rumah Tangga

Ayu Puspita. 40 tahun. Karanganyar. Insstruktur Senam